

ANALISIS ALOKASI DANA *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
TERHADAP CITRA BNI SYARIAH PERIODE 2014-2018 (STUDI KASUS
PADA *FOLLOWER'S* AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BNI SYARIAH)



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (**SE**) Pada
program Studi Perbankan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut
Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh,

FITRAH ULIL ALBAB

15.0402.0225

Dibimbing Oleh,

1. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., MM.
2. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag.

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) PALOPO
2019

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi yang berjudul "**Analisis Alokasi Dana Corporate Social Responsibility Terhadap Citra BNI Syariah Periode 2014-2018 (Studi Kasus Pada Follower's Akun Media Sosial Instagram BNI Syariah)**" yang ditulis oleh **Fitrah ulil albab**, dengan **NIM 1504020225** Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, **3 September 2019** bertepatan dengan **3 Muharram 1441 H**, sesuai dengan catatan dan permintaan tim penguji, dan diterima sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 12 Januari 2020 M

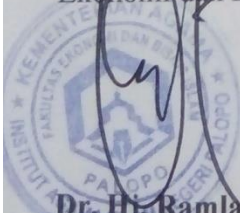
17 Jumadil Awal 1441 H

TIM PENGUJI

- | | | |
|-------------------------------------|-------------------|---------|
| 1. Dr. Hj. Ramlah M, M.M. | Ketua Sidang | (.....) |
| 2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, M.A. | Sekretaris Sidang | (.....) |
| 3. Dr. Rahmawati, M.Ag. | Penguji I | (.....) |
| 4. Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA | Penguji II | (.....) |
| 5. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, M.M. | Pembimbing I | (.....) |
| 6. Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag. | Pembimbing II | (.....) |

Mengetahui

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Ramlah M, M.M.
NIP.196102081994032001

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Hendra Safri, S.E., M.M.
NIP. 19861020 201503 1 001

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul : *Analisis Alokasi Dana Corporate Social Responsibility Terhadap Citra BNI Syariah periode 2014-2018 (studi kasus pada follower's akun media sosial instagram bni syariah).*

Yang ditulis oleh

Nama : Fitrah Ulil Albab
NIM : 15 0402 0225
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

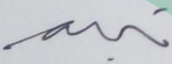
Disetujui untuk diujikan pada ujian tutup/*Munaqasyah*.

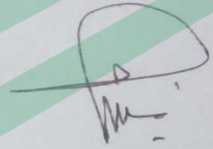
Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 19 Agustus 2019

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Ahmad Syarief Iskandar, MM
NIP. 19781127200312 1 003


Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.ag
NIP. 19740630 2005 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Palopo, 19 Agustus 2019

Hal : Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di-
P a l o p o

Assalamu' Alaikum Wr.Wb.

Sesudah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : **Fitrah Ulil Albab**

NIM : 15 0402 0225

Prodi : Perbankan Syariah

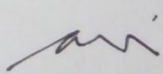
Judul Skripsi : *Analisis Alokasi Dana Corporate Social Responsibility Terhadap Citra BNI Syariah periode 2014-2018 (studi kasus pada follower's akun media sosial instagram bni syariah).*

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu' Alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I


Dr. Ahmad Syarief Iskandar, MM

NIP. 19781127200312 1 003

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Palopo, 19 Agustus 2019

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di-
P a l o p o

Assalamu' Alaikum Wr.Wb.

Sesudah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : **Fitrah Ulil Albab**

NIM : 15 0402 0225

Prodi : Perbankan Syariah

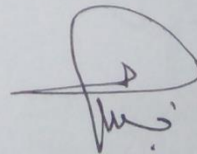
Judul Skripsi : *Analisis Alokasi Dana Corporate Social Responsibility Terhadap Citra BNI Syariah periode 2014-2018 (studi kasus pada follower's akun media sosial instagram bni syariah).*

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu' Alaikum Wr.Wb.

Pembimbing II



Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag

NIP. 19781127 200312 1 003

PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi berjudul : *Analisis Alokasi Dana Corporate Social Responsibility Terhadap Citra BNI Syariah periode 2014-2018 (studi kasus pada follower's akun media sosial instagram bni syariah).*

Yang ditulis oleh

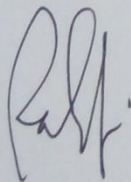
Nama : Fitrah Ulil Albab
NIM : 15 0402 0225
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diujikan pada ujian tutup/*Munaqasyah*.

Demikian untuk proses selanjutnya.

Palopo, 19 Agustus 2019

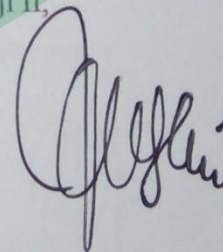
Penguji I,



Dr. Rahmawati, M.Ag.

NIP. 19730211 200003 2 003

Penguji II,



Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA.

NIP. 19771212 200501 1 014

NOTA DINAS PENGUJI

Palopo, 19 Agustus 2019

Hal : Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Di-
P a l o p o

Assalamu' Alaikum Wr.Wb.

Sesudah melakukan bimbingan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : **Fitrah Ulil Albab**

NIM : 15 0402 0225

Prodi : Perbankan Syariah

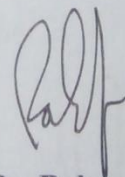
Judul Skripsi : *Analisis Alokasi Dana Corporate Social Responsibility Terhadap Citra BNI Syariah periode 2014-2018 (studi kasus pada follower's akun media sosial instagram bni syariah).*

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah layak untuk diujikan.

Demikian untuk diproses selanjutnya.

Wassalamu' Alaikum Wr.Wb.

Penguji I



Dr. Rahmawati, M. Ag.

NIP. 19730211 200003 2 003

ABSTRAK

Fitrah Ulil Albab, 2019. Analisis Alokasi Dana *Corporate Social Responsibility* terhadap Citra BNI Syariah periode 2014-2018 (studi kasus pada *follower's* akun media sosial instagram BNI Syariah). Skripsi Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Dibimbing oleh Dr.Ahmad Syarief Iskandar, SE.,M.M dan Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility*, alokasi dana, *Community Support*, *Diversity*, *Environment*, *Product*, Citra, *Image*,

Penelitian ini membahas tentang alokasi dana untuk program *corporate social responsibility* dan pengaruhnya terhadap Citra BNI Syariah periode 2014-2018. Tujuan dari penelitian ini adalah 1) untuk mengetahui program *corporate social responsibility* pada BNI Syariah periode 2014-2018 ; 2) untuk mengetahui pengaruh *community support*, *diversity*, *environment* dan *product* terhadap citra BNI Syariah.

Penulisan ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk memberikan penggambaran yang jelas mengenai hasil penelitian tentang citra (*image*) BNI Syariah setelah mengalokasikan dana untuk program *corporate social responsibility*. Pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner melalui *googleform* dengan pengambilan jumlah sampel sesuai kaidah *Slovin* yaitu 100 sampel. Selanjutnya data diolah menggunakan *spss* dengan uji regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) yaitu *Community Support*, *Diversity*, *Environment* dan *Product* secara signifikan berpengaruh positif terhadap citra perusahaan. Dimana hasil uji dari masing-masing variabel tersebut menunjukkan nilai lebih kecil dari 0,05 yang mengindikasikan bahwa variabel bebas tersebut memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Adapun yang paling berpengaruh dari Empat (4) variabel bebas di atas adalah *Environment* dengan menghasilkan nilai 0,029; *Diversity* dengan nilai 0,030; *Community Support* 0,047 dan *product* yang bernilai 0,048. Dengan melihat hasil uji statistik tersebut maka dapat disimpulkan bahwa, jika perusahaan memberikan perhatian yang baik terhadap tanggung jawab sosial atau yang biasa dikenal dengan *corporate social responsibility* maka masyarakat Akan memberikan penilaian yang baik terhadap perusahaan tersebut dan akhirnya memberikan citra yang lebih baik dari waktu ke waktu.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ
أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan akan ke hadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmatnya serta karuniaNya, sehingga skripsi ini dapat dirampungkan dalam rangka penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dengan judul “Analisis Alokasi Dana *Corporate Social Responsibility* Terhadap Citra (*Image*) BNI Syariah Periode 2014-2018”.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam jenjang perkuliahan Strata I (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Program Studi Perbankan Syariah. Dalam upaya penyelesaian skripsi, penulis dihadapkan dengan berbagai tantangan dan hambatan. Namun, berkat keteguhan hati, serta bantuan dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu Ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya penulis haturkan kepada :

Kedua orang tuaku Drs. Baharuddin M.M., M.pd. dan Hasriati Bahar S.Ag, yang telah memberikan didikan, dukungan, doa, serta cinta yang tulus dari mereka yang membuat penulis mampu menyelesaikan Tugas ini.

1. Bapak Dr. Abdul Pirol, M. Ag, Rektor Institut Agama Islam Negeri Palopo dan Bapak Dr. H. Muammar Arafat, M.H., selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. Ahmad Syarief, SE.M.M, selaku Wakil Rektor II. Dan Bapak Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor III IAIN Palopo. Yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh studi di Institut Agama Islam Negeri Palopo.
2. Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Wakil Dekan I, Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A., Wakil Dekan II, Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA. dan Wakil Dekan III, Dr. Takdir, S.H., M.H.
3. Bapak Hendra Safri, M.M Sebagai Sekretaris Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam selalu memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam perkuliahan.
4. Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M, sebagai Pembimbing I dan Bapak Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag sebagai Pembimbing II dengan segala kesabaran dan ketekunan meluangkan waktu, tenaga dalam membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Rahmawati, M.Ag, sebagai Penguji I dan Bapak Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA. sebagai Penguji II yang telah memberikan Saran dan Masukan yang sangat bermanfaat dalam menghasilkan penelitian yang baik .
6. Seluruh Dosen dalam lingkup Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada umumnya dan prodi Perbankan Syariah yang telah memberikan pelayanan akademik yang baik selama penulis mengikuti proses perkuliahan.

7. Kepala Perpustakaan dan segenap karyawan IAIN Palopo yang telah memberikan peluang untuk mengumpulkan buku-buku dan melayani penulis untuk keperluan studi kepustakaan dalam penulisan skripsi ini.
8. Saudara-saudaraku, Syahrattunnadiah, Muhammad Akil Akbar, Isra Mutmainnah, Muhammad Aril Zikrullah, Saidah Ilmi dan Siti Masyita yang telah memberikan dukungan, semangat, kasih sayang dan bantuan baik secara moril maupun non materil demi selesainya skripsi ini.
9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2015 Jurusan Perbankan Syariah terima kasih atas do'a, semangat, motivasi canda tawa, kebersamaan sejak awal kuliah hingga penulisan skripsi ini selesai.
10. Sahabat terbaik, Wiwin Riski Windarsari, Ummul Hasanah Sahar, Nurul Mawaddah, Nur Zikra Aini, Irwati Baslan yang memberikan dukungan yang tak henti seperti keluarga bagi penulis.
11. Insya Allah semua hal yang terdapat di dalam skripsi ini merupakan hasil kerja keras maksimal yang dilakukan, semoga bermanfaat bagi pembaca, Aamiin.

Palopo, 10 Juni 2019

Fitrah Ulil Albab

Nim : 15.0402.0225

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fitrah Ulil Albab
Nim : 15.0402.0225
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi, atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain, yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada didalamnya adalah tanggungjawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 7 juni 2019

Yang membuat pernyataan



Fitrah Ulil Albab
Nim.15.0402.0225

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
PERSETUJUAN PENGUJI.....	iv
NOTA DINAS PENGUJI.....	vii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
KEASLIAN SKRIPSI.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Hipotesis.....	6
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Definisi operasional variabel dan ruang lingkup penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	10
B. Kajian Teori.....	13
C. Kerangka Fikir.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	
A. Jenis Penelitian.....	22
B. Lokasi penelitian.....	22
C. Populasi dan Sampel.....	22
D. Sumber Data.....	23

E. Teknik Pengumpulan data.....	24
F. Teknik Analisa data.....	27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	30
B. Pembahasan.....	68

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	72
B. Saran.....	73

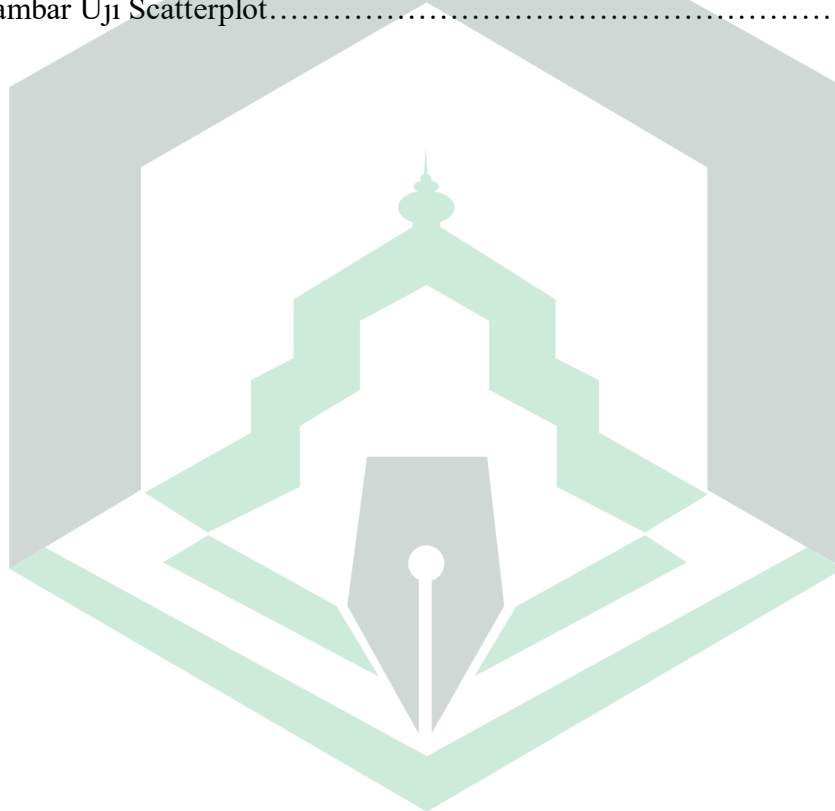
DAFTAR PUSTAKA.....	74
---------------------	----

LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	76
------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

4.1 Gambar Logo BNI Syariah.....	34
4.2 Gambar Struktur Organisasi BNI Syariah.....	37
4.3 Gambar Skema Penyaluran Dana Zakat dan Legal Pengelolaan BNI Syariah..	57
4.4 Gambar Uji Normalitas.....	62
4.5 Gambar Uji Scatterplot.....	64



DAFTAR TABEL

1.1 Tabel Kriteria Koefisien Korelasi.....	27
4.1 Tabel Anggaran yang masuk pada YHT Tahun 2014.....	40
4.2 Tabel Realisasi Program <i>Corporate Social Responsibility</i>	40
4.3 Tabel Sumber Dana <i>Corporate Social Responsibility</i> Tahun 2015.....	42
4.4 Tabel Anggaran Dana <i>Corporate Social Responsibility</i> Tahun 2015.....	43
4.5 Tabel Sumber Dana, Anggaran dan Realisasi dana <i>Corporate Social Responsibility</i> Tahun 2016.....	48
4.6 Tabel Realisasi Anggaran <i>Corporate Social Responsibility</i> Tahun 2017.....	51
4.7 Tabel Prioritas Target Penerima <i>Corporate Social Responsibility</i> Tahun 2018.....	51
4.8 Tabel Prioritas Program Dana <i>Corporate Social Responsibility</i> Tahun 2018....	53
4.9 Tabel Rekapitulasi Penerima Dana Yayasan Hasanah Titik Tahun 2018.....	55
4.10 Tabel Jenis Kelamin Responden.....	58
4.11 Tabel Alamat Responden.....	58
4.12 Tabel Hasil Uji Validasi.....	61
4.13 Tabel Hasil Uji Realibilitas.....	62
4.14 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
4.15 Tabel <i>Coefficients</i> Uji T.....	65
4.15 Tabel <i>Anova</i> Uji F.....	67
4.16 Tabel <i>Model Summary</i> Uji Determinasi.....	68

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Organisasi adalah bagian sistem yang lebih transparan yang juga bergantung terhadap lingkungannya. Akibat dari ketergantungan ini, maka perlu para manager lebih memberikan perhatian terhadap pandangan dan harapan masyarakat. Ini berlaku untuk semua tipe organisasi (perusahaan, sekolah, rumah-sakit, dan pemerintah). Mereka harus dituntut peka terhadap kebutuhan masyarakat.

Keberadaan hubungan masyarakat ini sangat diperlukan dan begitu penting dalam membangun serta menjaga saling pengertian antara organisasi, stakeholder dan masyarakat pada umumnya, dengan tujuan penyamaan informasi yang sesuai dengan fakta, penyampaian dengan cara yang lebih baik dan benar untuk mengiring opini public ke arah yang diharapkan. Keberadaan hubungan masyarakat ini sangat diperlukan dan begitu penting dalam membangun serta menjaga saling pengertian antara organisasi, *stakeholder* dan masyarakat pada umum, dengan tujuan penyamaan informasi yang sesuai dengan fakta, disampaikan dengan cara yang baik dan benar untuk mengarahkan opini *public* ke arah yang diharapkan.¹

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu bagian dari hubungan Masyarakat di mana Tanggung Jawab Sosial telah menjadi sebuah isu yang penting untuk dipertimbangkan karena tiga hal yang dipengaruhi yaitu reputasi,

¹ Hermawan, Agus.2012. *Komunikasi Pemasaran*. Universitas Negeri Malang: Penerbit Erlangga.

komunikasi, dan citra benefit relationship. Hubungan masyarakat bertugas untuk mengetahui dan memberikan penilaian mengenai pendapat yang tersebar di tengah public yang berkaitan dengan sebuah organisasi yang sedang dijalankan, dan memanfaatkan komunikasi sebagai media yang dapat membuat masyarakat semakin besar harapannya terhadap organisasi dan para *Manager*.² Tak terkecuali Bank Syariah yang sekarang ini mulai menjamur di tengah-tengah masyarakat menjadi salah satu perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial terhadap lingkungan-lingkungan yang berada di sekitar nya.

Merujuk pada undang-undang yang telah dibuat yaitu Nomor 40 tahun 2007 pasal 1 tentang perseroan Terbatas yang menyebutkan bahwa bagi Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya baik itu di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”.³ Konsep *Corporate Social Responsibility* telah dikenal sejak awal tahun 1970, yang secara umum di artikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stake holder*, nilai-nilai, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan serta, komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan, dalam hal ini merupakan kegiatan-kegiatan kreatif dari perusahaan dan tidak sebatas dalam pemenuhan hukum semata.

² Fremont E. Kast dan James E. Rosenzweig, *organization and management*, diterjemahkan oleh Hasyim Ali dengan judul: *organisasi dan manajemen*, (Ed 4. Cet 5; Jakarta: Sinar Grafik Offset, 2002), h. 215.

³Republik Indonesia, *Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas*, Bab V, pasal 74, ayat 1.

Lahirnya Konsep *Corporate Social Responsibility* (CSR) berasal dari model perusahaan yang dominan ekonomis yang lebih mengarah kepada model sosio-ekonomis di mana model perusahaan yang ekonomis sangat menekankan biaya produksi, mengeksploitasi sumber daya, hanya berkepentingan individual, pemerintah hanya berperan sedikit, dan pandangan-pandangan terhadap perusahaan sangat tertutup. Sedangkan sosio-ekonomis kebalikan dari model ekonomis di mana model sosio-ekonomis, menekankan kualitas kehidupan keseluruhan, sangat aktif pemerintah terlibat, dan pandangan perusahaan lebih terbuka. Perubahan-perubahan inilah yang telah menimbulkan perdebatan yang terus-menerus mengenai isu tanggung jawab sosial perseroan.

Salah satu Manfaat dari penyaluran tanggung jawab sosial (CSR) ialah perusahaan berkesempatan lebih besar mendapatkan sumber daya manusia yang unggul, perusahaan yang mendapat reputasi baik akan memperoleh pekerja yang lebih produktif dari pada perusahaan yang bereputasi buruk. Dengan reputasi baik bagi perusahaan dapat juga menarik investor-investor yang lebih banyak karena jaminan investasi yang memberikan rasa aman.

Bank Syariah sebagai lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima simpanan giro, tabungan dan deposito. Kemudian bank Syariah juga dikenal dengan lembaga penghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk pembiayaan. Bank Syariah juga dikenal dengan sistem perbankan yang pelaksanaannya berdasarkan hukum Islam (Syariah). Pembentukan sistem ini berdasarkan adanya larangan menggunakan bunga pinjaman dalam proses

transaksi meminjamkan atau memungut pinjaman yang dikenal dengan *riba*. Tujuan Perbankan Syariah sama halnya seperti bank konvensional, yaitu agar lembaga perbankan dapat menyalurkan dana masyarakat yang berlebih kepada masyarakat yang membutuhkan dana atau kegiatan lainnya namun tetap dalam ranah sesuai dengan prinsip Syariah. Di sisi lain Laju pertumbuhan perbankan Syariah tidak dapat di pungkiri lagi, Pada laporan keuangan BNI Syariah mencatatkan laba bersih Rp 416 M pada akhir Desember 2018, Laba bersih ini tumbuh 35,67% dari Desember tahun 2017 sebelumnya hanya 307 M.⁴ Melihat kenaikan tersebut memberikan tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan sekitar perusahaan perseroan itu berdiri. Dalam hal ini penerapan *Corporate Social Responsibility* diharapkan dapat memberikan timbal balik terhadap perusahaan dan masyarakat. Di mana masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya dan perusahaan juga dapat memperoleh citra yang baik dari waktu ke waktu yang berdampak untuk perluasan jaringan perusahaan itu sendiri.

Terkhusus pada BNI Syariah berkontribusi secara positif kepada masyarakat dalam memberikan perhatian yang lebih pada kelestarian lingkungan. Memberikan perhatian kepada Masyarakat merupakan bagian dari Misi yang ada pada BNI Syariah yang sangat berkaitan dengan komitmen terhadap implementasi tanggung jawab sosial perusahaan. Menjadi salah satu warga korporasi yang sangat mengedepankan tanggung jawab, BNI Syariah mengedepankan kinerja dan pencapaian yang tidak

⁴ Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, “*Laporan Keuangan tahun 2018*,” Situs Resmi BNI Syariah. <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/hubunganinvestor/laporantahunan>. (11 Februari 2019).

hanya mengukur melalui profit semata lalu mengabaikan masyarakat yang berada di sekitar korporasi. Oleh sebab itu, program *Corporate Social Responsibility* ini menjadikan bentuk perwujudan investasi sosial BNI Syariah kepada masyarakat. melalui implementasi program *Corporate Social Responsibility* yang berkelanjutan dan terarah, dengan kehadiran BNI Syariah diharapkan mampu memberikan manfaat untuk masyarakat melalui upaya peningkatan taraf hidup dan masyarakat secara keseluruhan.

Pemberian tanggung jawab sosial dari sebelumnya menggunakan sistem konvensional menjadi sistem zakat perusahaan yang memberikan dampak secara langsung pada pola pelaksanaan. Maka dengan begitu BNI Syariah mengukung Yayasan Hasanah Titik untuk menjalankan aksi *Corporate Social Responsibility* dengan bekerja sama dompet duaafa yang selaras dengan program-program kerja dan komitmen yang dibangun oleh BNI Syariah.

BNI Syariah dapat mewujudkan komitmennya untuk memberikan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar berdirinya perusahaan. Dengan melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* perusahaan (*corporate Social Responsibility/CSR*). Pada tahun 2018 BNI Syariah mengalokasikan dana sebesar Rp 24,1 M dibanding tahun 2017 sebesar Rp 11,7 M.⁵ Dana tersebut digunakan untuk membiayai program-program yang di adakan BNI Syariah pendidikan, pemberdayaan ekonomi, kesehatan dan lingkungan serta sosial dakwah.

⁵ BNI Syariah, "*Laporan Keuangan tahun 2017*," Situs Resmi BNI Syariah. [https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan /hubunganinvestor/laporanpresentasi/laporantahunan](https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/hubunganinvestor/laporanpresentasi/laporantahunan). (11Februari 2019)

Melihat peningkatan yang signifikan terhadap program CSR penulis merasa tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan hasil dari penelitian tersebut akan disusun dalam bentuk skripsi yang diberi judul **“ANALISIS ALOKASI DANA *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP CITRA BNI SYARIAH PERIODE 2014-2018. (STUDI KASUS *FOLLOWER’S MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BNI SYARIAH*)”**

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dan untuk memberikan batasan dalam proses penelitian maka dapat dirumuskan persoalan yang diteliti yaitu “Bagaimana pengaruh *Community Support, Diversity, environment* dan *Product* terhadap Citra (*image*) BNI Syariah ?”

C. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang memungkinkan benar atau kemungkinan juga salah. Berdasarkan masalah pokok di atas, maka diduga bahwa:

H0 : tidak ada pengaruh signifikan antara *Community Support, Diversity, Environment* dan *Product* terhadap kenaikan Citra (*image*) BNI Syariah.

H1 : ada pengaruh signifikan antara *Community Support, Diversity, Environment* dan *Product* terhadap kenaikan Citra (*image*) BNI Syariah

D. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui Pengaruh *Community Support, Diversity, environment*, dan *product* terhadap citra (*image*) BNI Syariah.

E. Manfaat penelitian

- a. Aspek Teoretis, Untuk mengetahui Program *Corporate Social Responsibility* pada BNI Syariah dan memberikan kontribusi secara positif bagi pengembangan keilmuan khususnya dalam memberikan tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*).
- b. Aspek praktis, Untuk mengetahui Pengaruh *Community Support, Diversity, environment*, dan *Product* terhadap Citra (*image*) BNI Syariah dan untuk memberikan sedikit masukan dalam meningkatkan upaya-upaya perseroan dalam memberikan tanggung jawabnya kepada lingkungan.

F. Definisi operasional variabel dan ruang lingkup penelitian

Definisi operasional variabel tentu sangat berguna dalam membatasi suatu pengertian yang salah mengenai masing-masing variabel. Adapun variabel yang terkait pada penelitian ini yaitu *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel bebas (X) dan Citra (*Image*) BNI Syariah sebagai variabel terikat (Y). penjelasan lengkap mengenai variabel akan dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel bebas

Variabel bebas yang digunakan untuk penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* yang akan memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. untuk mengetahui ukuran dari *Corporate Social Responsibility* di butuhkan instrument pengukuran sebagai indikator penelitian yang dikembangkan oleh Faroid dan

Murtadlo dalam Anggun Triana Purwanti Dewi, yaitu *Community Support*, *Diversity*, *Environment* dan *product*.⁶

a. Community Support

Merupakan bentuk pembinaan hubungan antara perusahaan dan komunitas masyarakat guna meningkatkan kepedulian sosial dan saling pengertian antar sesama. Mengingat *community support* berusaha untuk mengidentifikasi masalah dan memberikan solusi serta tindakan untuk permasalahan yang dihadapi. Fokus peneliti pada indikator ini yaitu bantuan ekonomi dan pendidikan.

b. Diversity

merupakan bentuk persamaan dari suatu keberagaman yang meliputi aspek yang luas, dapat dilihat dari faktor yang mempengaruhinya. Hal ini terjadi pada tingkat kelompok, organisasi, individu, budaya, lingkungan maupun komunitas. Yang menjadi fokus peneliti pada indikator ini adalah peluang kerja dan perlakuan untuk setiap individu.

c. Environment

merupakan lingkungan segala benda hidup ataupun benda mati yang di dalamnya termasuk manusia dan aktivitasnya yang saling berpengaruh terhadap ekosistem di sekitarnya. Yang menjadi fokus indikator ini adalah perhatian terhadap masyarakat dan lingkungan tempat tinggalnya.

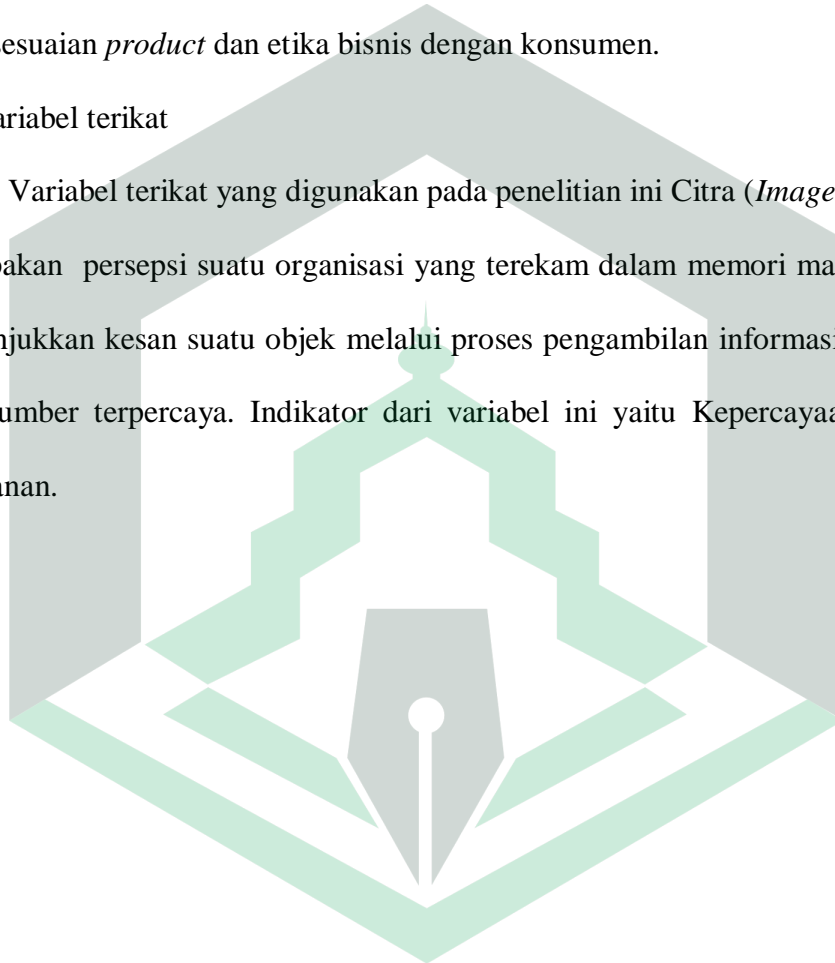
d. Product

⁶ Anggun Triana Purwanti Dewi, pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra (*image*) BNI Syariah Cabang Yogyakarta, tugas akhir Fakultas Ekonomi dan bisnis islam, UIN Sunan kalijaga Yogyakarta, 2016, hal.4

merupakan suatu bentuk perhatian terhadap konsumen tentang produk yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan yang sesuai dengan permintaan konsumen, tidak menyalahi aturan-aturan menurut undang-undang maupun peraturan Agama. Di indikator *Product* ini menjadi fokus peneliti berada pada kesesuaian *product* dan etika bisnis dengan konsumen.

2. Variabel terikat

Variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini Citra (*Image*) BNI Syariah merupakan persepsi suatu organisasi yang terekam dalam memori masyarakat yang menunjukkan kesan suatu objek melalui proses pengambilan informasi setiap waktu dari sumber terpercaya. Indikator dari variabel ini yaitu Kepercayaan, kesan dan pelayanan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian yang *Relevan*

Dalam penelitian *Relevan* yang dituangkan dalam karya tulis ilmiah yang berjudul Pengaruh Alokasi Dana Zakat dan *Corporate Social Responsibility Asset* pada Bank Umum Syariah Di Indonesia periode 2012-2016 oleh Cindy Widyastuti. Dapat ditarik kesimpulan dari skripsi tersebut ialah “ Metode penelitian digunakan adalah kuantitatif dengan teknik analisis regresi berganda dengan populasi sebanyak 13 bank umum syariah, untuk mengambil sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel 9 bank Hasil analisis regresi dari variabel alokasi dana zakat menunjukkan bahwa alokasi dana zakat berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *return on asset* bank Syariah dengan signifikansi $0,092 > \alpha (0,05)$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kecil dana zakat yang dialokasikan maka akan meningkatkan *return on asset* bank Syariah dan sebaliknya.

Sedangkan untuk variabel *corporate social responsibility* menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *return on asset* bank Syariah dengan signifikansi $0,222 > \alpha (0,05)$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak program *corporate social responsibility* yang dilaksanakan oleh perusahaan maka akan meningkatkan *return on asset* bank Syariah dan sebaliknya. Namun demikian, alokasi dana zakat dan *corporate social responsibility* tidak memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap *Return on*

Asset bank Syariah.” Perbedaan dari skripsi yang ditulis oleh Cindy Widyastuti dengan karya ilmiah yang ingin saya tuangkan dalam bentuk skripsi ialah Penelitian Cindy untuk mengetahui pengaruh alokasi dana dan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Return Of Asset* (ROA) pada bank umum Syariah di Indonesia periode 2012-2016, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 9 bank sedangkan persamaan penelitian ini dengan penelitian saya, terletak pada metode penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik analisis regresi linear berganda.

Dalam penelitian *Relevan* yang dituangkan dalam karya tulis ilmiah yang berjudul Bank Syariah dan Pemberdayaan *Corporate Social Responsibility* : “peran dan Fungsi bank Syariah perspektif filosofi sosio-ekonomi oleh Nofrianto. Dapat ditarik kesimpulan bahwa “ Peneliti ini menggunakan penelitian studi pustaka, hasil dari penelitian ini adalah prinsip pokok operasional bank Syariah tidak terfokus pada upaya memperoleh keuntungan demi pertumbuhan dan keberlangsungan usaha. Lebih dari itu, bank Syariah juga dimaksudkan menjadi lembaga yang mampu merespons kebutuhan sosial masyarakat. Penulis juga menilai bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu sarana bagi bank Syariah agar dapat mencapai tujuan tersebut. Misalnya, dengan membuat program *takaful* sosial, menciptakan kluster ekonomi untuk kelompok usaha mikro dan kecil, serta berbagai kegiatan yang sasaran utamanya adalah pengentasan kemiskinan, perlindungan sosial, dan secara perlahan mampu meningkatkan kualitas sumber daya manusia para *duafa* dan *mustadh’afi*”.

Adapun perbedaan dari karya tulis yang akan saya buat yaitu data yang digunakan oleh penulis berasal dari data Bank Muamalat dan penelitian ini menggunakan studi pustaka. Sedangkan kesamaan dari jurnal ini dengan skripsi saya yaitu membahas mengenai penerapan *Corporate Social Responsibility* pada Bank Syariah.

Pengaruh penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap citra perusahaan BNI Syariah cabang Yogyakarta oleh Anggun Tri wana Purwanti dewi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa “ metode penulisan yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan mengambil sampel berdasarkan *Simpel random Sampling* sebanyak 100 berdasarkan populasi nasabah BNI Syariah Cabang Yogyakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variable *community support* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan BNI Syariah Cabang Yogyakarta, variable *diversity* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap citra perusahaan BNI Syariah Cabang Yogyakarta, variable *product* secara parsial berperan positif signifikan terhadap citra perusahaan BNI Syariah KCP Yogyakarta ”. perbedaan dari penelitian yang akan saya lakukan adalah data yang diperoleh oleh penulis diatas ialah data bersumber dari BNI Syariah Yogyakarta sedangkan data yang Saya gunakan adalah data dari BNI Syariah secara umum, populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BNI Syariah Yogyakarta dengan jumlah sampel 100 orang sedangkan populasi penelitian saya adalah *Followers* akun media sosial BNI Syariah yaitu instagram. Adapun kesamaan dari skripsi saya adalah menggunakan

Community Support, Diversity, Environment, Product sebagai variabel dan teknik analisis menggunakan regresi linear berganda dengan pendekatan kuantitatif.

B. Kajian Teori

1. Bank Syariah

Kehadiran bank Syariah berawal dari tahun 1990-an dengan kerja sama yang dibangun Oleh tim Perbankan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Aktivitas perbankan yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat luas yang dikenal dengan istilah di dunia perbankan adalah kegiatan *funding*. Pengertian menghimpun dana maksudnya adalah mengumpulkan dana dari masyarakat luas dengan cara bank memasang berbagai strategi agar masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan atau menggunakan akad kerja sama yang dimana dapat diambil manfaatnya.

Bank Syariah atau biasa disebut dengan bank islam merupakan lembaga intermediasi penghimpun dan menyalurkan dana dari masyarakat dalam bentuk pembiayaan tanpa ada sistem bunga. Pembentukan sistem ini dikarenakan dalam islam memungut atau meminjamkan uang dengan mengenakan bunga (riba) sangat dilarang dan juga larangan berinvestasi pada usaha yang tergolong kotor (haram).

Berikut ini beberapa dasar hukum pelarangan riba dan berinvestasi pada usaha yang tergolong haram:

- a. Firman Allah dalam Alquran surah Ar-Ruum/30:39

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبٍّ لَّيْرَبُوا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرَبُّوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ
تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ٣٩

Terjemah nya :

“ Dan, sesuatu riba (tambahan) yang kamu berikan agar dia menambah pada harta manusia, maka riba itu tidak menambah pada diri Allah. Dan, apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridaan Allah, maka (yang berbuat demikian) itulah orang-orang yang gandakan (pahalanya)”.⁷

b. Firman Allah dalam Alquran surah Al-maidah/5:62

وَتَرَى كَثِيرًا مِنْهُمْ يُسْرِعُونَ فِي الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَأَكْلِهِمُ السَّحْتِ لَبِئْسَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ
٦٢

Terjemah nya:

“Dan kamu akan melihat kebanyakan mereka (orang-orang yahudi) bersegera membuat dosa, permusuhan dan memakan yang haram. Sesungguhnya amat buruk apa yang mereka lakukan telah kerjakan itu.”⁸

2. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Menurut Rex Harlow menyatakan bahwa definisi *Public Relation* adalah;
“fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publik nya, menyangkut aktivitas komunikasi,

⁷Firman Allah dalam Q.S. Ar-rum/30:39

⁸Firman Allah dalam Q.S. Al-Ma'idah/5:62

pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam mengikuti dan menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen, untuk mampu menanggapi opini *public*; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sarana utama”⁹

3. *Corporate Sosial Responsibility*

Tanggung jawab sosial merupakan komitmen yang dibangun oleh suatu perusahaan dan dipertegas oleh pemerintah dalam undang-undang untuk membangun kualitas masyarakat yang baik. kualitas Masyarakat yang dimaksud merupakan masyarakat yang cerdas dengan diberikan beasiswa untuk mengenyam pendidikan, masyarakat mampu mengembangkan *skill* dengan adanya pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh perusahaan, dan masyarakat juga mampu memberikan penilaian atas perusahaan tersebut.

Tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* suatu konsep organisasi, bukan hanya perusahaan saja yang memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam aspek operasional perusahaan.¹⁰

⁹ Rosady Ruslan, Metode penelitian *Public Relation* dan Komunikasi, (cet.7, Jakarta: Grafindo, 2017). Hal 16

¹⁰Tanggung jawab sosial, Wikipedia ensiklopedia bebas. [https://id.wikipedia.org/wiki/tanggung jawab sosial perusahaan](https://id.wikipedia.org/wiki/tanggung_jawab_sosial_perusahaan). (12 februari 2019)

Sedangkan, Johnson dalam Nor Hadi mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai dasar bagaimana cara pengelolaan suatu perusahaan yang baik yang akan memberikan dampak positif bagi dirinya dan lingkungannya.¹¹ dan tentang tanggung jawab sosial perusahaan yang dimaksud di sini dengan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan tanggung jawab moral perusahaan terhadap masyarakat yang dapat diarahkan kepada banyak hal: untuk dirinya sendiri, perusahaan lain, para karyawan, dan seterusnya. tidak benar jika suatu perusahaan melakukan aktivitas yang menyimpang dari segi etika, baik itu dari aspek norma bisnis, masyarakat, agama, budaya, lingkungan maupun norma-norma lain. Jika kita berbicara tentang tanggung jawab sosial, yang selalu disoroti adalah tanggung jawab moral terhadap masyarakat di sekitar perusahaan.¹²

Tanggung jawab sosial perusahaan sering disebut juga sebagai *corporate social responsibility* atau *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social reporting* merupakan komunikasi dampak dari sosial dan lingkungan dari setiap kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Jika ditelaah lebih jauh, tanggung jawab sebuah perusahaan (korporasi) dengan masyarakat bersumber pada tiga konsep yakni : (1) ada tidaknya prinsip *justice* (keadilan); (2) ada-tidaknya pemerataan (*equality*) kesejahteraan secara nyata antara warga korporasi dengan warga masyarakat lokal; serta (3) ada-tidaknya *social*

¹¹ Nor hadi , *Corporate Social Responsibility* (Cet 1; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), h. 46

¹² Bertens, K. *Pengantar etika bisnis*, (cet 12; Yogyakarta: kanisius, 2000). hal 292

contract (kontrak sosial) atau kesepakatan baru yang dibentuk antara korporasi dengan masyarakat lokal. Dalam konteks ini, konsep *justice* menjadi salah satu inti dalam relasi sosial. Kant menekankan prinsip *respect for persons*, bahwa *stakeholder* siapa pun harus diperlakukan sama derajatnya sebagai manusia, bukan sebagai faktor produksi atau komoditas. Biasa bahkan sering terjadi dimana sebuah perusahaan Negara merugi terus menerus namun kegiatannya dibiarkan saja, karena suatu alasan non-ekonomis, misalnya saja karena perusahaan itu dinilai penting untuk kesepakatan kerja di suatu daerah.¹³

Persimpangan *Social Responsibility* antara *Opportunity* dengan *Cost* perusahaan, secara etika bisnis tanggung jawab sosial merupakan bagian dari tanggung jawab perusahaan terhadap para pemangku kepentingan dimana prinsip operasionalnya tumbuh dan berkembang secara filosofis pada diri perusahaan. Ukuran eksistensi dan keberhasilan ditunjukkan melalui pencapaian materialis mekanistik yang *measurable*. Di mana kegiatan sosial dianggap sebagai pengorbanan yang akan mengurangi kesejahteraan para pemilik. Tentulah sangat bersinggungan dengan karakter dasar orientasi perusahaan bukan hanya sebatas profit saja, namun merupakan suatu penjabaran dan implementasi sosial yang terkadang kurang memiliki hubungan dalam pencapaian kinerja operasional perusahaan secara ekonomi, bahkan dianggap sebagai suatu pemborosan. Sehingga dalam

¹³Bertens, K. Pengantar etika bisnis, (cet 12; Yogyakarta: kanisius, 2000). hal 292

pelaksanaannya sebatas *Lips service* dan standar minimal untuk memenuhi aturan yang ada.¹⁴

Adanya ke sesuaian pengelolaan perusahaan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku dengan yang dapat dipertanggungjawabkan. Bank Syariah wajib melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) yang merupakan kewajiban setiap perusahaan dalam hal perseroan terbatas.¹⁵

Tanggung jawab sosial dianggap menjadi suatu kewajiban disebabkan karena sebagai bentuk strategi perusahaan, keuntungan perusahaan melakukan pengungkapan atas biaya sosial yang telah dikeluarkan perusahaan, antara lain: menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar, transparansi, wujud *social responsibility*, membangun Citra (*image*) perusahaan, membangun Citra (*image*) terhadap *mutual fund* dan *shareholder*, mendukung kembalian investasi, dan membangun citra (*image*) terhadap investor supaya investasi saham lebih aman. Melihat konteks di atas memberikan penggambaran bahwa pelaksanaan tanggung jawab sosial oleh perusahaan mengharapkan imbal hasil (*feed back*), terutama dari sisi ekonomi di masa yang akan datang. Di mana *motive approach* merupakan praktik tanggung jawab sosial dan pengungkapan didasarkan pada motif tertentu pada perusahaan, baik secara sosial (*social motive*) maupun ekonomi (*economic motive*).

¹⁴ Nor, hadi. *Corporate Social Responsibility*, (cet pertama ; Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011). Hal. 8

¹⁵ Muammar Arafat.2017.*Aspek hukum perbankan syariah dari teori kepraktik*,(Yogyakarta: CV Budi,2017).hal.227

motive approach menumbuhkan praktik tanggungjawab sosial menjadi volunteer sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan perusahaan.¹⁶

4. Zakat Perusahaan

Secara bahasa zakat kata dasar (masdar)-nya *zaka* yang berarti berkah, tumbuh, bersih, baik dan bertambah. Bagi orang-orang yang mengeluarkan zakat dapat membersihkan kekayaan dan juga dapat membersihkan, menyucikan hati manusia sehingga tidak lagi mempunyai sifat yang tercela terhadap harta, seperti rakus dan kikir. Al Qardhawi dalam Muhamad, menghimpun jenis harta ini dengan sebutan harta yang diusahakan, yaitu para pemilik berusaha dengan cara menyewakannya ataupun menjual hasilnya. Perbedaannya dengan harta perniagaan atau pemindahan benda-benda itu ke tangan orang lain. Sedangkan harta perusahaan masih berada di tangan pemilik, dan keuntungan diperoleh dari penyewaan atau penjualan produknya.¹⁷

Zakat perusahaan (*Corporate Zakat*) adalah sebuah fenomena baru, sehingga hampir dipastikan tidak ditemukan dalam kitab fikih klasik. Ulama kontemporer melakukan dasar hukum zakat perusahaan hampir sama melalui upaya *Qiyas*. Zakat perusahaan hampir sama dengan zakat perdagangan dan investasi namun bedanya zakat perusahaan bersifat kolektif. Kaum cendekiawan muslim ikut mengembangkan sistem ini, dan akhirnya BAZ (Badan Amil Zakat) dan LAZ (Lembaga Amil Zakat) juga ikut memperkokoh pelaksanaannya. Para ulama peserta muktamar internasional

¹⁶ Nor hadi, *Corporate social responsibility*, (Yogyakarta: graham ilmu, 2011), hal 159

¹⁷ Muhamad, *Manajemen Keuangan Syariah*, (Cet. II; Yogyakarta: upp stim ykpn, 2016), hal.625.

memandang dari aspek legal maupun ekonomi sebagai zakat perusahaan perdagangan, karena berpijak pada kegiatan *trading* atau perdagangan. Oleh karena itu, nishabnya adalah sama yaitu 85 gram emas..¹⁸

5. Citra (*Image*)

Tentu jika kita telaah mengenai persepsi masyarakat terhadap suatu perusahaan. Jika persepsi yang beredar buruk maka suatu perusahaan akan bekerja tidak maksimal karena sejatinya masyarakat adalah konsumen yang perlu diperhatikan. Sebaliknya jika persepsi di kalangan masyarakat yang beredar adalah hal yang baik tentu imbasnya kembali kepada perusahaan tersebut. Perusahaan akan menjalankan aktivitasnya dengan dukungan penuh dari masyarakat yang menjadi sasaran pasar.

Menurut Frank Jefkins, dalam bukunya *Hubungan Masyarakat* ada beberapa jenis citra (*image*) yang dikenal di dunia aktivitas hubungan masyarakat (*public relations*), dan dapat dibedakan antara lain sebagai berikut:¹⁹

- a. Citra cermin (*Mirror Image*) adalah keyakinan perusahaan bersangkutan terutama para pemimpinnya yang selalu merasa dalam posisi baik tanpa mengacuhkan kesan orang luar. Dengan studi tentang tanggapan, kesan dan citra masyarakat ternyata terjadi perbedaan antara yang diharapkan dengan kenyataan citra di lapangan.

¹⁸ Muhamad, *manajemen keuangan syariah*, (Yogyakarta: upp stim ykpn, 2016), hal. 627

¹⁹ Frank Jefkins, *Public Relations*, (Cet 5 Jakarta: Erlangga, 2003), H. 20

- b. Citra kini merupakan kesan yang baik diperoleh dari orang lain tentang perusahaan/organisasi atau hal lainnya. Berdasarkan informasi kurang baik penerimanya, sehingga dalam posisi humas akan menghadapi risiko yang sifatnya permusuhan, kecurigaan, prasangka buruk dan hingga muncul kesalahpahaman menyebabkan citra kini mendapatkan kesan negatif.
- c. Citra keinginan adalah seperti apa yang ingin dan dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga/perusahaan.
- d. Citra perusahaan adalah yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana menciptakan citra perusahaan yang positif, lebih dikenal serta diterima oleh publik nya.
- e. Citra serbaneka merupakan pelengkap citra perusahaan di atas untuk mengenalkan identitas perusahaan.
- f. Citra penampilan Citra penampilan ini lebih ditujukan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri para professional pada perusahaan bersangkutan.

C. Kerangka Pikir



BNI Syariah merupakan lembaga keuangan milik pemerintah yang menerapkan program *Corporate Social Responsibility*. Di mana BNI Syariah menghimpun dana *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan sistem

zakat perusahaan yang dimana merubah sistem *corporate social responsibility* yang umum kepada sistem yang lebih islami. Pemberian dana *Corporate Social Responsibility* kepada masyarakat tentu akan memberikan dampak pada Citra (*Image*) suatu perusahaan itu sendiri.



BAB III

METODE PENELITIAN

1. Jenis penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian yang dilakukan secara sistematis dan terorganisir untuk mencapai suatu jawaban dari suatu masalah yang diselidiki. Adapun pendekatan yang digunakan dalam Penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif karena pendekatan ini memerlukan variabel-variabel penelitian dalam bentuk angka-angka dengan menggunakan prosedur statistik.

2. Lokasi dan Waktu penelitian

Dilakukan pada BNI Syariah, Alasan peneliti mengambil lokasi di BNI Syariah karena pada Bank ini memiliki sistem *Corporate Social Responsibility* yang menunjang untuk memperoleh data yang dibutuhkan oleh peneliti. Untuk waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini dimulai pada tanggal 14 mei 2019 hingga 1 juni 2019.

3. Populasi dan sampel penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik suatu kesimpulannya. Populasi dalam hal ini adalah *follower's* dari akun media sosial BNI Syariah berjumlah 70.000 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel penelitian diambil dari sebagian populasi dengan menggunakan teknik *Non Probability Sampling* atau yang biasa disebut pengambilan sampel yang

tidak diberikan peluang yang sama bagi setiap *unsure* atau anggota yang ingin dijadikan sampel. Maka menentukan besaran sampel peneliti menggunakan metode *Slovin* Dimana n adalah ukuran sampel, N adalah Jumlah Populasi, dan e adalah *Margin of error*.²⁰ *Margin of error* yang digunakan pada penelitian ini yaitu 10%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Jadi besaran sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{70.000}{(1+(70.000(0,01)))} = 100$$

4. Sumber data

a. Data primer

Data primer merupakan data yang di dapat dan di himpun secara langsung dari sumbernya dan diolah oleh peneliti sehingga dimanfaatkan yang berbentuk opini subjek secara individual ataupun secara kelompok. Metode untuk mengumpulkan data primer digunakan dua metode yaitu melalui survey dan observasi. Pengambilan data tentang Citra (image) BNI Syariah menggunakan data *primer* dengan metode *survey* melalui *googleform*.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian secara tidak langsung yang diperoleh dari media perantara yang dihasilkan pihak-pihak lain atau digunakan

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, (Cet.IV; Bandung: Alfabeta, 2013), H.133

lembaga lain yang bukan pengolahnya, tetapi untuk dimanfaatkan dalam suatu peneliti tertentu.

Pengambilan data bagaimana program *Corporate Social Responsibility* menggunakan Data sekunder di peroleh dari laporan tahunan BNI Syariah, buku, jurnal, skripsi, tesis dan internet yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Teknik pengumpulan data

Proses pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan data dokumen dan kuesioner. Dokumen tersebut bisa berupa tulisan, gambar, atau karya Monumental lainnya.²¹ Kuesioner digunakan untuk mengetahui persepsi masyarakat terhadap citra (image) BNI Syariah. Angket merupakan pernyataan tertulis dalam memperoleh informasi dari responden. Tujuan penyebaran kuesioner ialah untuk mencari informasi yang lengkap mengenai sesuatu. Angket yang digunakan dalam penelitian ini merupakan angket berbentuk skala *likert* dimana skala *likert* meminta responden sebagai penjawab pertanyaan dengan jawaban sangat setuju yang disingkat menjadi (SS), setuju (S), tidak setuju (ST) dan sangat tidak setuju (STS). point dari setiap pilihan jawaban adalah untuk SS)=5, (S)=4,,(TS)=2,(STS)=1. Untuk memperoleh data yang lebih benar dan dapat di pertanggungjawaban maka diperlukan pula instrument penelitian yang benar, sehingga dilakukan uji validasi dan reliabilitas untuk instrumen penelitian yang benar.

a. Uji Validasi

²¹ Sugiyono, *metode penelitian kombinasi: mixed Methods*, (cet. 4, bandung: Alfabeta,2013), Hal.326.

Suatu ukuran dapat menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrument jika Skala pengukuran yang valid apabila apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Semakin besar skala item dalam mewakili semesta konsep yang diukur semakin besar validasinya. Untuk perhitungan validasi tiap item instrument dengan menggunakan kolerasi *product moment* dengan menggunakan rumus:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \cdot \sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

R_{xy} =Koefisien kolerasi antara dua variable

n =Jumlah responden

$\sum X$ = Jumlah pengamatan nilai X

$\sum Y$ = Jumlah dari pengamatan Y

Untuk pengujian validan suatu data maka dilakukan pengujian validasi di setiap butir dalam kuesioner. Tinggi rendahnya suatu angket digunakan metode *product moment*, dengan perhitungan korelasi antara skor item dan pertanyaan dengan skor total. Hasil akan dibandingkan dengan *critical value* pada table nilai r dengan taraf signifikan 5%.

Tabel 1.2
Kriteria Koefisien Korelasi

Nilai r	Kriteria
0,0-0,29	Korelasi sangat lemah
0,30-0,49	Korelasi lemah
0,50-0,69	Korelasi cukup
0,70-0,79	Korelasi kuat
0,80-1,00	Korelasi sangat kuat

b. Uji rehabilitasi

pada uji rehabilitasi, rehabilitasi menunjukkan apabila suatu pengertian instrument cukup dapat di percaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik dilakukan. Alat ukur reabel jika alat ukur tersebut memiliki sifat yang konstan, dengan tabel atau tepat. Jadi, alat ukur dapat dikatakan reabel jika apabila diuji coba terhadap sekelompok subjek akan tetap sama hasilnya. Menurut Hadi (1980) ada tiga teknik yang biasa digunakan, yaitu (1) teknik ulangan, (2) teknik belah dua, dan (3) teknik parallel. Sedangkan menurut Arikunto reliable artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.²²

Rumus pengujian rehabilitasi adalah:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan:

²² Tukiran Taniredja dan Hidayat Mustafidah, *penelitian kuantitatif*, (cet. 1; Bandung: Alfabeta, 2011), h. 34.

r: Reliabilitas instrument

k: Banyaknya Butiran pertanyaan atau soal

$\sum \sigma b^2$: jumlah variansi butir

$\sigma 1^2$: Variansi total

Menurut arikunto instrument dapat dinyatakan andal atau fleksibel jika memiliki koefisien rabilitas 0,6 atau lebih.

6. Teknik Analisis data

Data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif, data hasil angket dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan analisis deskriptif. analisis deskriptif digunakan agar dapat mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti. Media penelitian digunakan adalah kuesioner di mana kuesioner yang disusun memberikan keterangan dan data analisis mengenai citra (image) BNI Syariah yang diberikan oleh masyarakat terhadap bank itu sendiri.

Analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Regresi linear berganda merupakan model regresi atau prediksi yang memiliki lebih dari satu variable bebas Istilah regresi berganda dapat disebut juga dengan istilah *multiple regression*. Yang berarti jamak atau melebihi dari satu variable.²³ Adapun variable bebasnya adalah *Corporate Social Responsibility* yaitu *Community Support*,

²³ “Penjelasan berbagai jenis regresi linear berganda”, situs resmi stastikian. <https://www.statistikian.com/2017/06/berbagai-jenis-regresi-berganda.html> (07 November 2018)

Diversity, Environment, Product, dan variabel terikatnya adalah Citra perusahaan.

Metode yang digunakan model persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1.x_1 + \beta_2.x_2 + \beta_3.x_3 + \beta_4.x_4 + \beta_5.x_5$$

Keterangan:

Y: Citra (Image) BNIS

X1: *Community Support*

X2: *Diversity*

X3: *Environment*

X4: *Product*

β_0 : Konstanta

$\beta_1, 2, 3, 4, 5$: koefisien regresi

e: Error

a. Uji Asumsi klasik

Model regresi linear dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi yang kemudian disebut asumsi klasik. Uji asumsi yang digunakan oleh peneliti yaitu Uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas. uji asumsi klasik diperlukan untuk memberikan suatu kepastian bahwa persamaan regresi yang kita dapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan selalu konsisten.

b. Pengujian hipotesis

1. Uji t

Uji t untuk menunjukkan tingkat pengaruh satu variable penjelas dalam persamaan regresi.²⁴ Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variable.

2. Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh variable bebas secara bersama-sama terhadap variable terikat. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi.

3. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase perubahan variable tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh Variabel (X). nilai R^2 yang mendekati 1 berarti kemampuan variable-variabel independen dalam menjelaskan variasi variable-variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variable-variabel.²⁵

²⁴ Said kealana asnawi, dan candra wijaya, *riset keuangan: pengujian-pengujian Empiris*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2005), h. 260.

²⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis multivariate dengan program SPSS*, (semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), h. 87.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran umum mengenai objek penelitian ²⁶

a. Sejarah BNI Syariah

Pada tahun 1997 terjadi krisis pada perbankan Indonesia yang memberikan pengaruh signifikan terhadap keberlangsungan bank secara umum dimana banyak bank mengalami kejatuhan. Namun sejarah mencatat bahwa bank Syariah mampu membuktikan ketangguhan sistem ini karena prinsip yang dianutnya yaitu adil, transparan dan maslahat. Dengan prinsip tersebut menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Mengacu pada Undang-undang No. 10 Tahun 1998, pendirian Unit Usaha Syariah (UUS) pada tanggal 29 April 2000 oleh BNI pada 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin. Lalu UUS BNI terus menerus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 kantor Cabang Pembantu.

Lalu pada tanggal 29 April 2000 didirikan lagi 5 buah Unit Usaha Syariah (UUS) BNI, yaitu : Jakarta (Dua Cabang), Makassar, Bandung dan Padang. Pendirian UUS ini fokus pada kota-kota besar yang ada di Indonesia. Semakin hari permintaan atas jasa perbankan ini semakin banyak sehingga pada Tahun 2003 BNI Syariah membuka lagi cabang di kota Medan dan Palembang. Selain membuka cabang baru,

²⁶ <https://www.bnisyariah.co.id/idid/perusahaan/tentangbnisyariah..> (15 februari 2019)

BNI Syariah juga melakukan relokasi kantor cabang Syariah di Jepara Semarang. Sedangkan untuk memberikan layanan masyarakat Jepara BNI Syariah membuka lagi Kantor Cabang pembantu Syariah pada bulan Agustus dan September 2004.

Pada tahun 2010 UUS BNI dilakukan *Spin off* menjadi Bank Umum Syariah (BUS) untuk tujuan agar BNI Syariah berkembang lebih cepat sejalan dengan akselerasi perbankan Syariah di Indonesia. *Spin off* ini tidak terlepas dari faktor eksternal berupa regulasi yang kondusif dengan diterbitkannya UU No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No. 21 tahun 2008 tentang perbankan Syariah.

b. Visi dan Misi BNI Syariah

Perumusan Visi sangatlah penting bagi suatu organisasi dalam hal ini perusahaan, setiap anggota perusahaan tentulah harus mengetahui keinginan dan cita-cita yang ingin dicapai oleh perusahaan yang menaungi dirinya. Visi yang jelas akan mengantarkan masa depan perusahaan yang jelas dan terarah. Untuk mencapai sebuah visi tentu membutuhkan cara-cara jitu dalam mencapainya maka dibutuhkan suatu misi yang mendukung terwujudnya visi tersebut. Perumusan visi dan misi dipengaruhi oleh situasi dan kondisi keadaan di sekitaran lingkungan internal maupun eksternal perusahaan, kepentingan *Stakeholders*, dan aspirasi perusahaan.

Adapun Visi BNI Syariah yaitu:

“Menjadi Bank Syariah pilihan Masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja”.

Adapun Misi BNI Syariah antara lain :

1. Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
2. Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan Syariah.
3. Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
4. Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
5. Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

c. Logo BNI Syariah

Berikut bentuk Logo BNI Syariah :

Gambar 4.1 : Logo BNI Syariah



d. Penghargaan

Adapun sebagian kecil data penghargaan yang telah diterima oleh BNI Syariah dari tahun 2014 hingga 2018 adalah sebagai berikut²⁷ :

Tahun 2018

- Indonesia TOP Digital PR Award 2018 - Prestasi Membangun Digital Public Relation
- The 7th SPS Indonesia *In house Magazine Awards 2018 - Bronze Winner for PT BNI Syariah (Hasanah Lifestyle)*
- TOP Brand Committee - BNI Syariah Category Savings

Tahun 2017

- Anugerah Syariah Republika 2017 – Bank Syariah Kinerja & Inovasi Terbaik – Kategori Bank Syariah Buku II – III Aset 10T – 30T
- Anugerah Syariah Republika 2017 – Bank Syariah Inovasi Terbaik – Kategori Bank Syariah Buku II – III Aset 10T – 30T
- Anugerah Syariah Republika 2017 – Bank Syariah Kinerja Terbaik – Kategori Bank Syariah Buku II – III Aset 10T – 30T

Tahun 2016

- Social Media Award 2016 - Great Performing Brand in Social Media Category Sharia Savings

²⁷<https://www.bnisyariah.co.id/idid/perusahaan/tentangbnisyariah/penghargaan>. (15 februari 2019)

- *Digital Marketing Award 2016 - Great Performing Website Kategori Bank Syariah*

- *Good Corporate Governance Award 2016 - Trusted Company Based on Corporate Governance Perception Index (CGPI) - SWA*

Tahun 2015

- *Anugerah Perbankan Indonesia 2015 - Peringkat I, Risk Management - Economic Review*

- *Anugerah Perbankan Indonesia 2015 - Peringkat I, Marketing - Economic Review*

- *Anugerah Perbankan Indonesia 2015 - Peringkat I, Human Capital - Economic Review*

Tahun 2014

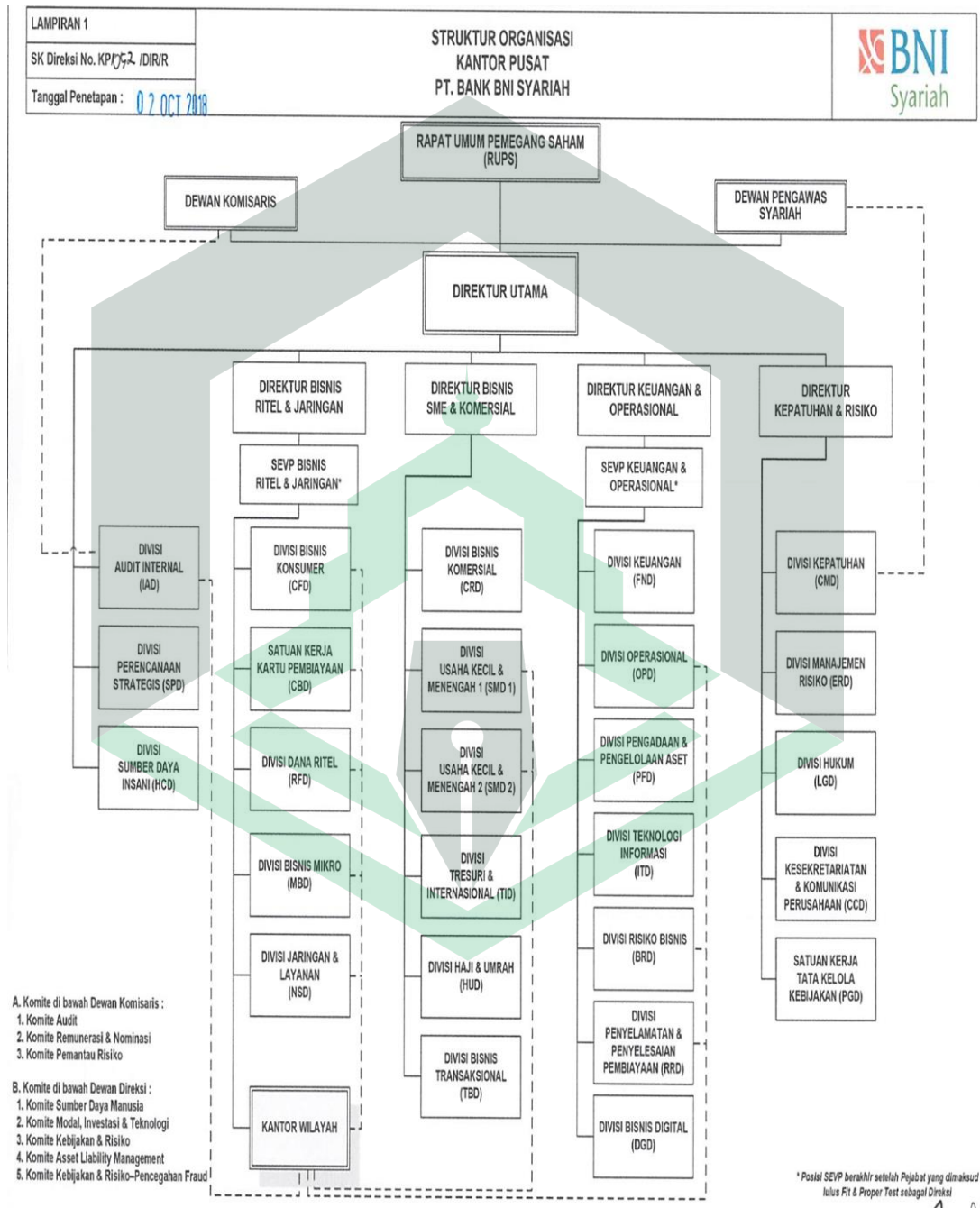
- *The Most Favourite Bank for Sharia Financing - Housing Estate Favourite KPR Awards 2014*

- *Anugerah Perbankan Indonesia 2014 - Peringkat 1 Bank Syariah Buku 2 modal inti Rp 1 T - Rp 5 T - Economic Review*

- *Anugerah Perbankan Indonesia 2014 - Best CEO Leadership kategori Bank Syariah non Tbk - Economic Review.*

e. Struktur Organisasi

Gambar 4.2 Struktur Organisasi BNI Syariah



Sumber : <https://www.bnisyariah.co.id>

2. Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) BNI Syariah periode 2014-2018.

Program CSR merupakan komitmen suatu organisasi terkhusus pada perusahaan untuk ekonomi berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat baik itu ekonomi, sosial, dan lingkungan. Penelitian ini berfokus pada pembahasan CSR BNIS Syariah

Pengelolaan aktivitas CSR ini dilakukan dengan bekerja sama dengan sebuah yayasan yang dikenal dengan Yayasan Hasanah Titik (YTH). YTH sebelumnya merupakan Unit Pengelola Zakat (UPZ) BAZNAS di tahun 2010 hingga 2014. Sejak akhir 2014 sampai 2018 menjadi Yayasan yang bekerja sama dengan dompet duaafa dalam mengelola dana Zakat. Kerja sama ini adalah untuk memenuhi syarat Legal sebuah lembaga untuk dapat mengelola zakat dengan atas nama Mitra Pengelolaan Zakat (MPZ).

Untuk menjaga kemandirian dan nilai profesionalitas maka YTH didirikan oleh perseorangan yang menduduki jabatan di BNI Syariah. Sehingga Yayasan ini mempunyai kualitas dan dapat dipercaya karena SDM yang digunakan adalah mereka yang mempunyai kapasitas di bidangnya.

Untuk menjaga yayasan ini berjalan sesuai yang di harapkan dimana memiliki nilai-nilai transparansi maka digunakanlah jasa auditor yang andal di bidang ini untuk menilai kinerja keuangan dan dalam penyaluran dana sosial ini tepat sasaran sesuai dengan golongan penerima Zakat.

Program-program pemberdayaan masyarakat yang dikembangkan oleh YTH adalah Dua (2) jenis yakni, kebutuhan pokok melalui program *One Day One Litre One Family* (ODOLF), biaya sekolah, layanan kesehatan, santunan dhuafa dan layanan jenazah gratis. Program yang kedua adalah yaitu program berjangka panjang yang dampaknya untuk masa depan seperti, pemberdayaan ekonomi pesantren, edukasi pola hidup, Duta Hasanah, taman pustaka dan modal usaha.

Adapun penyaluran dana CSR tahun 2014 sampai dengan 2018 sebagai berikut :

a. CSR Tahun 2014

BNI Syariah telah menyediakan anggaran sebesar Rp8.130.429.400 untuk penyelenggaraan program tanggung jawab sosial perusahaan melalui Yayasan Hasanah Titik (YTH). Adapun anggaran yang terpakai untuk program tersebut sepanjang Tahun ini sebesar Rp7.610.468.951 atau sebesar 93% dari total anggaran. Anggaran berasal dari dana Zakat, infak dan sedekah. Adapun uraian dana yang masuk pada YTH sebagai berikut :²⁸

²⁸ Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, "*Laporan Keuangan tahun 2014*," Situs Resmi BNI Syariah. <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/hubunganinvestor/laporantahunan>. (11 Mei 2019).

Tabel 4.1
Anggaran yang masuk pada YHT

SUMBER DANA	JUMLAH DANA
Sisa Dana Zakat Perusahaan 2012	Rp3.592.028.322
Dana Zakat Perusahaan 2013	Rp4.538.401.078
Total Dana Zakat Perusahaan 2014	Rp8.130.429.400

Sumber : Data Laporan keuangan BNI Syariah, 2014

Anggaran dan realisasi program CSR sebagai berikut

Tabel 4.2 Realisasi program CSR

Kegiatan Sosial	Jumlah dana yang disalurkan
Amil	Rp567.300.135
Pemberdayaan Ekonomi	Rp74.500.000
Kesehatan	Rp46.520.000
Pendidikan	Rp1.209.578.000
Dakwah	Rp3.150.465.449
Kemanusiaan	Rp1.954.920.900
Bencana	Rp607.184.467
Total	Rp7.610.468.951

Sumber: Data Laporan keuangan BNI Syariah, 2014

Implementasi (CSR) lainnya adalah Ketenagakerjaan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja. Anggaran yang disediakan oleh BNI Syariah sebanyak Rp38.005.567.856 sedangkan realisasinya sebesar Rp22.470.310.088. terkait dengan aspek Ketenagakerjaan, BNI Syariah bekerja sama dengan Serikat Pekerja untuk memberikan fasilitas kegiatan diluar pekerjaan.

Tanggung jawab terhadap Produk Perusahaan yang bergerak di bidang perbankan Syariah, tentu wajib memberikan produk yang memberikan manfaat sosial serta sesuai dengan etika yang ada. BNI Syariah telah menetapkan penyelesaian pengaduan sebagai salah satu kebijakan yang penting dalam buku pedoman perusahaan yang dikenal dengan BPP *Handling Complaint* yang menjadi rujukan setiap karyawan dalam penanganan Aduan Konsumen/Nasabah.

BNI Syariah juga menyediakan Pusat pengaduan konsumen beroperasi 24 jam melalui media BNI *Call Center* (BCC) 500046 atau langsung melalui *outlet-outlet* BNI Syariah.

b. CSR Tahun 2015

Pada Tahun ini menjadi tahun ketiga BNI Syariah bersinergi dengan YHT dalam memberdayakan masyarakat, terutama yaitu kelompok masyarakat kurang mampu, di bidang ekonomi, kesehatan, lingkungan, pendidikan, bencana, dakwah dan kemanusiaan. Di tahun 2015, BNI Syariah menyediakan anggaran yang totalnya Rp12.785.881.788 yang berasal dari Zakat Perusahaan 5,5 miliar, Zakat pegawai 7,26

miliar dan total yang telah terealisasi untuk program-program CSR sebanyak Rp12.781.418.178 atau sebesar 99,97%. Berikut uraian yang lebih jelas mengenai sumber dana, anggaran dan realisasi dana CSR.²⁹

Tabel 4.3 Sumber Dana CSR (dalam satuan Rupiah)

Keterangan	Nominal
Saldo Awal Dana Zakat	5.524.058.881
Dana Zakat Perusahaan	7.701.182.965
Dana Zakat Pegawai	7.261.822.907
Penyaluran Dana Zakat	12.785.881.788
Saldo Akhir Dana Zakat	7.701.182.965

Sumber : Data laporan keuangan BNI Syariah, 2015

²⁹Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, “*Laporan Keuangan tahun 2015*,” Situs Resmi BNI Syariah. <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/hubunganinvestor/laporantahunan>. (11 Mei 2019).

Tabel 4.4 Anggaran Dana CSR (Dalam Satuan Rupiah)

Sumber Dana	Kategori	Jumlah Nominal
Zakat Perusahaan dan Zakat Pegawai	Pemberdayaan Ekonomi	3.222.922.261
	Pendidikan	1.819.942.026
	Kemanusiaan & Bencana	3.004.977.518
	Dakwah	4.003.802.163
	Kesehatan	386.199.348
	Amil	343.574.862
Total		12.781.418.178

Sumber : Data laporan keuangan BNI Syariah, 2015

Kegiatan CSR yang telah diselenggarakan oleh pihak BNI Syariah yang bekerja sama dengan Yayasan Hasanah Titik (YTH) dalam mengembangkan sosial kemasyarakatan antara lain yaitu sebagai berikut:

1. Mutiara bangsa Berhasanah dalam bidang Ekonomi

Program ini untuk pengembangan ekonomi kecil dan kreatif untuk komunitas yang diselenggarakan dengan membentuk duta-duta Mutiara Bangsa Berhasanah (MBB). Program ini diharapkan mampu menularkan entrepreneur-entrepreneur baru. Realisasi anggaran untuk program ini Total Rp800.988.000 untuk beberapa wilayah diantaranya yang telah dilaksanakan ialah Jogjakarta, Solo, Denpasar, Bengkulu, Jakarta, Malang, Purwokerto, Medan, Ngawi dan Surabaya.

2. Santri Hasanah dalam bidang Ekonomi

Tujuan Program ini untuk pemberdayaan ekonomi di pesantren, terutama pada pesantren yang berbasis duaafa. Selain untuk dukungan progress operasional pesantren, program ini juga bertujuan untuk menanamkan santri untuk berjiwa santripreneur. Adapun dana yang telah di relisasikan senilai Rp796.605.714 yang di berikan kepada 14 pesantren dan 2 kelompok masyarakat majelis taklim yang beranggotakan lebih dari 400 penerima manfaat dari program ini.

3. *One Day One Liter One Family* dalam bidang sosial

Program ini memberikan bahan makanan yang dibutuhkan oleh masyarakat duaafa dan pengkombinasian dakwah berupa materi-materi agama baik itu *iqro* ataupun *taushiyah* serta konsultasi kesehatan untuk kaum duaafa dan manula. Dana yang telah di realisasikan sebesar Rp2.125.750.000 untuk lebih dari 1.800 keluarga menerima bantuan beras setiap seminggu, dengan terlebih dahulu di buka sesi belajar *Iqro* atau mengaji. Dengan bergiliran di 20 titik program ODOLF.

4. Guru Hasanah untuk pendidikan

Merupakan program peningkatan Skill atau kapasitas Guru. Terutama guru *Madrasah* dan TPA dalam peningkatan kualitas guru dalam mengajar untuk memberikan yang terbaik untuk murid (santri). Dana yang telah direalisasikan untuk program ini ialah sebesar Rp169.987.500. pelatihan ini telah dijalankan selama beberapa hari pada tanggal 9-11 juli 2015 di Bogor, dengan tema yang sesuai tujuan dari program ini yaitu “*Upgrading Guru Hasanah*” yang diikuti 50 guru madrasah dari 8 sekolah se-jabodetabek.

5. Pustaka Hasanah untuk pendidikan

Taman pustaka Hasanah adalah program penyediaan saran baca di sekolah yang terpencil untuk siswa-siswa dari mayoritas keluarga miskin di Indonesia, program ini diharapkan mampu menciptakan generasi yang mampu bersaing di masa yang akan datang dengan membekali kecerdasan dan kreativitas dalam berkarya. Program ini di selenggarakan dengan kerja sama cabang BNI Syariah di lokasi program. Dana yang di realisasikan untuk pengadaan Pustaka Hasanah sebesar Rp396.919.510.

6. *Community Hasanah Healthy Road show* dalam bidang kesehatan

Program ini untuk pemerataan pelayanan kesehatan dalam memberikan kemudahan akses pertolongan langsung sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap kemudahan pelayanan. Program ini telah diselenggarakan di tiga kota oleh kantor cabang dan mitra setempat dengan total dana yang dianggarkan sebesar Rp174.774.500

7. Bencana dan Kemanusiaan

merupakan program yang memberikan perhatian kepada bencana alam yang terjadi di tanah air maupun diluar tanah air dengan memberikan bantuan kepada para korban yang ter dampak oleh bencana alam tersebut. program ini diselenggarakan di tahun 2015 terjadi bencana alam kabut asap di sejumlah daerah tepatnya di daerah pekan baru, Palembang, Padang, Jambi, Medan dan Palangkaraya. Dan pemberian bantuan kemanusiaan kepada korban konflik palestina dengan bantuan memenuhi sandang pangan sebesar 100 juta rupiah. Total anggaran yang digunakan untuk program ini adalah Rp599.786.000

8. Santunan Yatim dan Duafa

merupakan program bentuk kepedulian terhadap anak-anak yang berstatus yatim dan duafa. dibuktikan dengan rutin nya pihak BNI Syariah mengundang anak-anak tersebut untuk diberikan santunan dan menghadirkan keceriaan melalui acara kisah-kisah islami yang memberikan motivasi dan memberikan kebesaran jiwa dalam menghadapi kehidupan.

9. Mobil jenazah Hasanah

Realisasi program ini yaitu pengadaan 3 (tiga) mobil jenazah yang anggarannya sebesar Rp655.900.000.

10. Mobil cerdas Hasanah

merupakan program yang pengembangan dari perpustakaan keliling dengan perlengkapan fasilitas yang lebih canggih seperti cakram digital edukasi interaktif, televisi, alat permainan edukatif, panggung mini untuk mendongeng, serta audio visual sebagai salah satu sarana non formal. Realisasi anggaran sebesar Rp578.930.000.

11. Nikah massal

merupakan program untuk membantu masyarakat miskin yang kesulitan biaya untuk menikah dan menertibkan administrasi kependudukan. Program ini Telah di selenggarakan di enam kota besar dengan peserta 150 pasangan duafa berlokasi di Bandung, Bantar Gebang Bekasi, Solo, Garut, Banyuwangi, dan malang dengan anggaran sebesar Rp402.500.000.

12. Bingkisan Ramadan Guru

merupakan program bantuan paket Ramadan berupa sembako kepada guru-guru. Anggaran yang dikeluarkan untuk program ini sebesar Rp500.000.000.

Total keseluruhan anggaran yang digunakan untuk program-program diatas sebesar Rp7.552.111.234.

c. CSR 2016

Berdasarkan prinsip yang di anut dari awal yaitu Bertahap, Berkelanjutan dan Multi effect. Dimana prinsip Bertahap dilakukan untuk pemetaan, analisis kultur, dan membentuk ekonomi komunitas. Selanjutnya prinsip berkelanjutan untuk menyiapkan perencanaan anggaran, pemilihan mitra kerja di lapangan, pendampingan, evaluasi dan rencana tindak lanjutan. Prinsip terakhir Multi effect untuk melihat dampak lingkungan dan bagaimana peningkatan kualitas masyarakat setelah memberikan tanggung jawab sosial ini. Sumber dana, anggaran, dan Realisasi biaya *Corporate Social Responsibility* tahun ini berasal dari zakat pegawai sebesar Rp8,04 M dan zakat perusahaan sebesar Rp8,41 M. Sehingga dana yang diterima oleh Yayasan Hasanah Titik sebesar Rp16,45 M. Pada tahun sebelumnya terdapat dana sebesar Rp5,4 M. jadi total keseluruhan dana adalah sebesar Rp21,9 miliar.³⁰

³⁰Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, "*Laporan Keuangan tahun 2016*," Situs Resmi BNI Syariah. <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/hubunganinvestor/laporantahunan>. (11 Mei 2019).

Tabel 4.5

Sumber dana, Anggaran dan realisasi dana CSR, 2016 (dalam satuan rupiah)

Saldo 2016		21.835.418.512
Penggunaan dana untuk program		
Penyaluran di bidang Ekonomi	792.380.143	
Penyaluran di bidang pendidikan	2.796.223.700	
Penyaluran di bidang sosial	6.750.149.368	
Penyaluran di bidang dakwah	1.042.010.000	
Penyaluran di bidang kesehatan	495.762.840	
Total penyaluran Dana Zakat	11.876.526.051	
Kerja sama Dompot Duafa		
Pemberian Pinjaman Qardh	1.347.707.019	
Kerja sama Dompot Duafa	3.501.334.785	
Hak Amil	1.352.117.211	
Dana Talangan Kegiatan	519.146.125	
Biaya Administrasi Bank	24.733.230	
Jumlah Penggunaan Dana	6.745.088.370	
Lainnya		
Saldo akhir		3.213.804.091

Sumber : Data Laporan Keuangan BNI Syariah, 2016

d. CSR 2017

Pada tahun 2017, bersama Yayasan Hasanah Titik masih fokus pada pengembangan program-program pemberdayaan terhadap masyarakat dalam 5 hal, yaitu Pendidikan, Kesehatan, Ekonomi, Sosial Dakwah dan bencana. Adapun sebaran dari program diatas adalah :³¹

1. Pendidikan

- a. 17 taman baca atau perpustakaan
- b. 20 sekolah menjadi penerima manfaat perpustakaan keliling sebanyak 2000 siswa
- c. 730 penerima beasiswa dari anak-anak PGD BNI Syariah
- d. Bantuan renovasi untuk 5 sekolah

2. Ekonomi

- a. 17 Pesantren penerima program pengembangan ekonomi pesantren
- b. 1 kampung domba di Caringin, Bogor
- c. Pemberdayaan ekonomi kecil di 6 komunitas ibu rumah tangga
- d. 10 pemberdayaan ekonomi kelompok melalui duta Hasanah BNI Syariah
- e. Modal usaha untuk masyarakat Duafa
- f. Peningkatan keterampilan anak duafa di SMU Bogor

3. Kesehatan dan lingkungan

³¹Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, “*Laporan Keuangan tahun 2017*,” Situs Resmi BNI Syariah. <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/hubunganinvestor/laporantahunan>. (11 Mei 2019).

- a. Sejak 2012 penerima program layanan kesehatan sebanyak 6000an
- b. Pemberian bantuan MCK untuk 6 Desa
- c. Bantuan pemberian kacamata gratis untuk 1.000 jiwa
- d. Bantuan penanaman Mangrove di pesisir tanjung pasir

4. Sosial dan Dakwah

- a. Bantuan santunan sejak 2015 untuk kaum duafa sebanyak 22.278 jiwa
- b. Pemberian bantuan program ODOLOF di Jabotabek sebanyak 1.800 jiwa
- c. Pembangunan masjid di lebak dan mentawai
- d. Bantuan dengan kerja sama beberapa pihak seperti, BNI Syariah di semua cabang di Indonesia, Polri, TNI, Mitra lembaga lainnya.

5. Tanggap Bencana

Tanggap bencana dilakukan di 63 lokasi sejak tahun 2012, dengan pemberian manfaat sebanyak 25.000 korban bencana.

Tabel 4.6
Realisasi Anggaran CSR

Ekonomi	3.411.514.700
Pendidikan	1,589,517,050
Sosial	4,465,056,571
Dakwah	1,565,899,942
Kesehatan	727,678,000
Total	11,759,666,263

Sumber : Data laporan keuangan BNI Syariah, 2017

e. CSR 2018

Meningkatkan program-program Tanggung jawab sosial merupakan salah satu tujuan yang dijalankan BNI Syariah untuk mencapai pemberian manfaat yang lebih besar kepada pemangku kepentingan tanpa terkecuali. Kembali lagi mengingatkan bahwa keberlangsungan usaha yang dibangun oleh BNI Syariah tidak hanya berlandaskan pada keuntungan saja dan mengabaikan tanggung jawab sosialnya. Namun sangat erat kaitannya terhadap kinerja para karyawan, pemenuhan kebutuhan-kebutuhan masyarakat dan nasabahnya serta lingkungan di sekitarnya.

Tabel 4.7
Prioritas target penerima program CSR

<i>Red Zone</i>	<i>Green Zone</i>	<i>Yellow Zone</i>
Adalah kelompok masyarakat yang rentan terhadap kebutuhan dasar seperti makanan, pendidikan, kesehatan. Dimana kelompok ini hampir tidak mempunyai penghasilan	Adalah kelompok tingkat yang lebih ringan yang telah berproduksi hanya saja belum optimal dalam memenuhi kebutuhan dasarnya seperti buruh dan kelompok pekerja tetap.	Adalah kelompok yang mampu secara mental untuk diberi program pemberdayaan ekonomi berkelanjutan.
<i>Treatment</i> untuk	<i>Treatment</i> untuk	<i>Treatment</i> ini

kelompok ini adalah menciptakan program-program karikatif yaitu pemberian bantuan kebutuhan dasar, layanan kesehatan, biaya pendidikan, sarana dan prasarana dasar,	kelompok masyarakat ini masih pemenuhan kebutuhan dasar, dan juga program pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan <i>Skill</i> dan kemampuan.	pemberian dan pendampingan program ekonomi kecil pada masyarakat ini sudah dapat di laksanakan dengan pertimbangan kelayakan. Lalu dapat juga di kembangkan.
---	---	--

Sumber : Data laporan keuangan BNI Syariah, 2018

Pada tahun ini masih berprogram sesuai pilar-pilar sebelumnya yaitu pendidikan, kesehatan, lingkungan, ekonomi, sosial dakwah dan tanggap bencana. Pengembangan program tersebut ditetapkan dengan pokok-pokok yang diprioritaskan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8
Prioritas program Dana CSR

kebutuhan dasar	<i>Middle up program</i>	<i>Exit program</i>
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Santunan (pembagian sembako, layanan pengurusan Jenazah, bantuan hewan, ▪ Bantuan biaya pendidikan (Beasiswa 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pendidikan (Pustaka Hasanah, Mobil pintar Hasanah, Bantuan perlengkapan sekolah dan bantuan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Program pemberdayaan (Modal Usaha, Pengembangan usaha kelompok).

PGD BNI Syariah dan Masyarakat umum)	operasional guru).	
▪ Kesehatan (Layanan <i>ambulance</i> gratis, layanan kesehatan gratis, biaya berobat)	▪ <i>Upgrading</i> (Pelatihan manajemen masjid, pelatihan usaha).	

Sumber : data laporan keuangan BNI Syariah, 2018

Program-program tersebut telah di lakukan dengan kerja sama beberapa pihak, yaitu:³²

1. Kemitraan dengan pengelola Zakat

Dana yang di miliki oleh program CSR ini merupakan ZISWAF sehingga tahun 2018 BNI Syariah masih tetap bekerja sama dengan Dompot Duafa untuk memenuhi hukum legal pengelolaan dana sosial yang berbasis Zakat. Mitra penyalur yang di tunjuk oleh BNI Syariah adalah Yayasan Hasanah Titik sebagai mitra penyalur yang akan berkoordinasi dengan dompet duafa.

2. Kemitraan dalam pelaksanaan program

Dalam mencapai distribusi dana sosial yang merata, Melalui Yayasan Hasanah Titik yang di dirikan oleh BNI Syariah menggandeng beberapa mitra yang

³²Bank Negara Indonesia (BNI) Syariah, “*Laporan Keuangan tahun 2018*,” Situs Resmi BNI Syariah. <http://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/hubunganinvestor/laporantahunan>. (11 Mei 2019).

menunjang lancarnya penyaluran dana sosial ini. Baik itu lembaga sosial lain ataupun kantor-kantor Cabang BNI Syariah di seluru Indonesia.

Adapun anggaran dan pengelolaan anggaran dana zakat perusahaan untuk digunakan sebagai CSR telah disepakati dalam Rapat Umum Pemegang Saham (RUPST), dan selanjutnya melalui Surat BNI Syariah No.SFD/6/2015 tanggal 31 Mei 2016, BNI Syariah melimpahkan dana zakat perseroan kepada Dompot Duafa melalui Yayasan Hasanah Titik.



Tabel 4.9
Rekapitulasi Penerima Dana Yayasan Hasanah Titik Tahun 2018

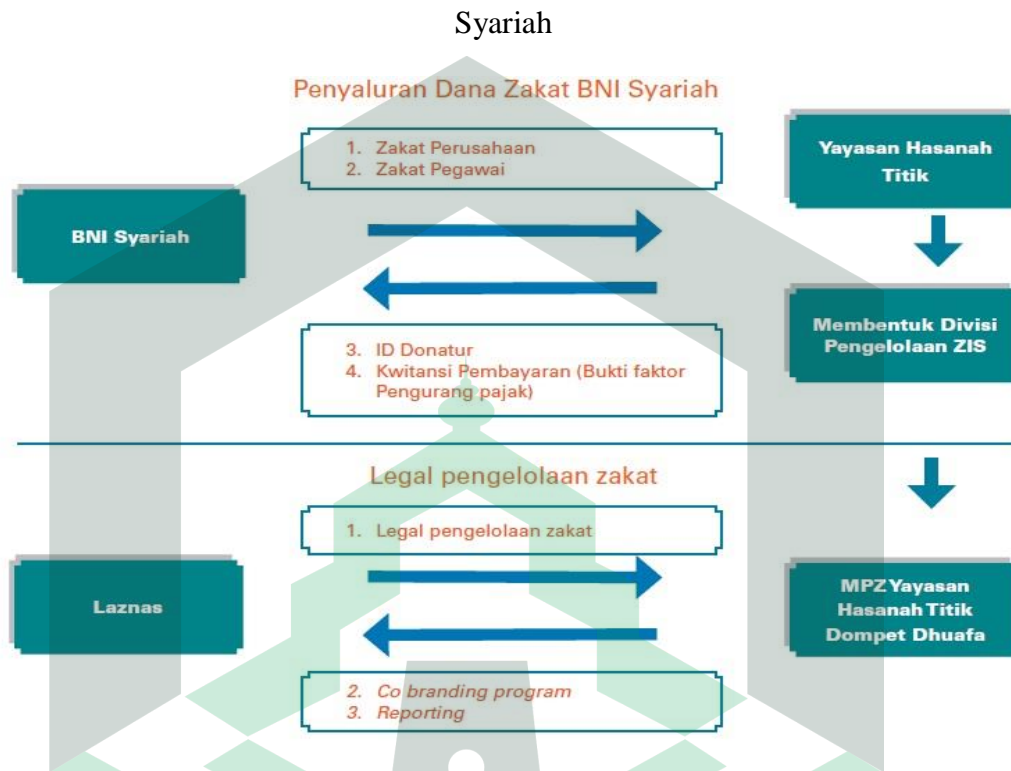
Zakat Pegawai		
Penerimaan Zakat Pegawai BNIS	10.070.110.163	
Penerimaan Bagi Hasil	111.962.640	
Penerima dana Zakat Lainnya	8.500.875	
Total penerimaan		10.190.573.687
Zakat Perusahaan		
Penerima Zakat Perusahaan BNIS	10.245.371.670	
Penerimaan bagi hasil	146.878.801	
Penerima zakat Lainnya	3.851.859	
Total Penerimaan		10.396.102.330
Amilin		
Pengembalian Qard	151.213.417	
Hak Amilin	2.182.950.785	
Bagi Hasil Bonus	16.888.907	
Total Penerimaan		2.351.053.109
Infak		
Infak dari pihak luar	4.222.249	
Infak dari pihak pegawai BNIS	34.577.972	
Donasi Lombok	154.328.697	
Donasi Palu	402.208.078	

Donasi Selat Sunda	64.899.487	
Dana titipan Lainnya	37.200.000	
Bagi hasil Rekening/Bonus	2.697.658	
Total penerimaan		700.134.141
Infak FTD		
Penerimaan Infak FTD (DPLK)	325.865.153	
Total penerimaan		328.865.153
Dana kebajikan		
Sumbangan dari pihak luar	60.765.992	
Pendapatan pembatalan margin	3.981.171	
Bagi hasil rekening/bonus	16.833.451	
Total penerimaan		81.580.614
HKC		
Penerimaan dari SPD	59.400.000	
Total penerimaan		59.400.000
Wakaf		
Wakaf Bhukara A5 (7000464665)	53.235.179	
Wakaf As – Somad (700464654)	37.281.977	
Total penerimaan		90.517.156
Jumlah dana penerimaan YHT 2018		24.195.226.181

Sumber : Data laporan keuangan BNI Syariah, 2018

Berikut gambaran pola kerja sama dalam mengelola zakat Perusahaan dan zakat pegawai oleh yayasan Hasanah titik.

Gambar 4.3 Skema Penyaluran Dana Zakat dan legal pengelolaan BNI



Sumber : Data Website BNI Syariah.co.id diakses, 2019

3. Deskripsi Data penelitian dan Responden

Data penelitian diperoleh dari menyebarkan kuesioner secara langsung kepada Nasabah BNI Syariah secara umum melalui media sosial yang dijumpai. Kuesioner yang dibagikan dalam bentuk elektronik yang dikenal dengan *Google Form* sehingga mempermudah peneliti dalam penyebaran. Penyebaran ini dimulai pada tanggal 14 mei 2019 hingga 1 juni 2019 dan berhasil mengumpulkan data sebanyak 100

responden. Jumlah ini disesuaikan dengan metode *Slovin* untuk menentukan ukuran sampel.

Adapun deskripsi setiap Responden sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu laki-laki dan perempuan. Adapun data mengenai jenis kelamin Nasabah BNI Syariah yang berhasil peneliti kumpulkan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10 Jenis kelamin Responden

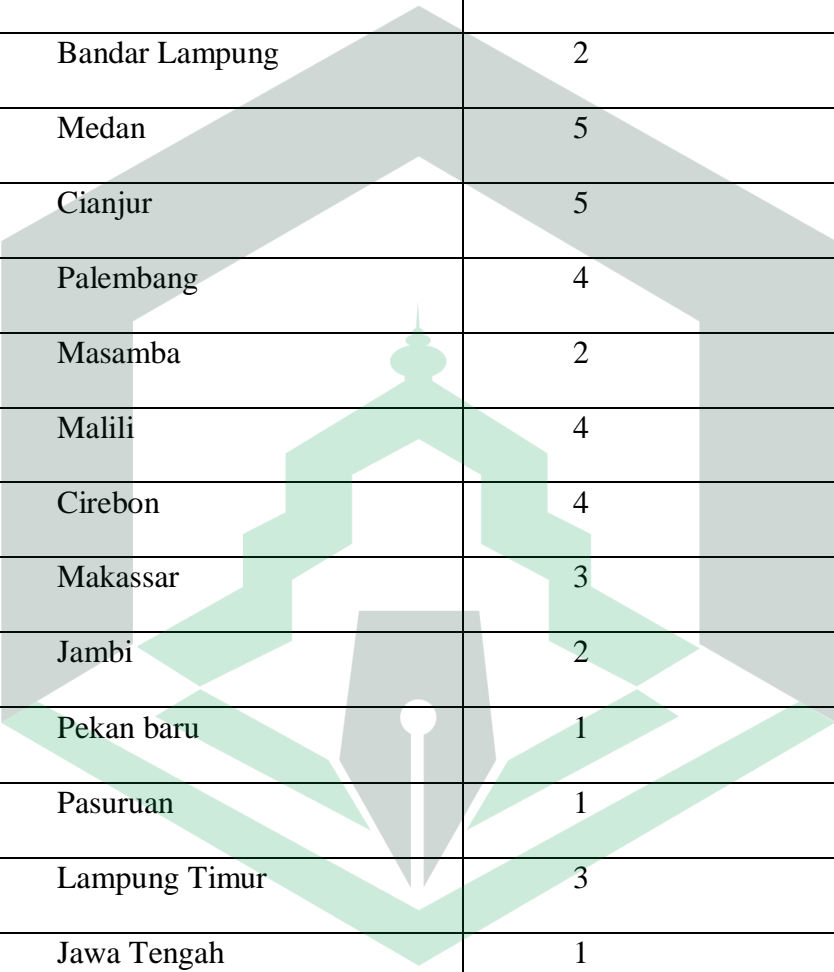
Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	39	39%
Perempuan	61	61%
Total	100	100%

Sumber : data Primer diolah, 2019

b. Alamat

Tabel 4.11 Alamat Responden

Alamat	Jumlah Responden
Jakarta	15
Bandung	8
Bassiang	2
Palopo	17
Bima	4



Pemekasan	2
Batu Sangkar	2
Padang	3
Kebumen	4
Bandar Lampung	2
Medan	5
Cianjur	5
Palembang	4
Masamba	2
Malili	4
Cirebon	4
Makassar	3
Jambi	2
Pekan baru	1
Pasuruan	1
Lampung Timur	3
Jawa Tengah	1
Taliwang	2
Lombok	1
Aceh	2
Batu raja	1

Total	100
-------	-----

Sumber : data primer, 2019

c. Pengetahuan Nasabah mengenai Tanggung Jawab Sosial (CSR)

Berdasarkan dari data yang di peroleh dari pembagian angket, dapat di ketahui bahwa dari 100 tanggapan yang mengetahui tentang CSR sebanyak 82.9%, yang menjawab mungkin sebanyak 11.4% dan sisanya 5,7% tidak mengetahui sama sekali.

d. Berapa Lama menjadi Nasabah di BNI Syariah

Berdasarkan dari data yang diperoleh dari angket yang telah disebar untuk 100 reponden dapat diketahui bahwa 48.6% menjadi Nasabah selama 2 sampai 4 tahun, 25.7% menjadi Nasabah selama 4-5 tahun, 20% selama 1 sampai 2 tahun dan sisanya 5,7% lebih lama dari 5 tahun.

4. Uji Validasi dan Reliabilitas

a. Uji Validasi

Untuk pengujian ini menggunakan pengujian setiap butir pertanyaan dengan nilai bobot setiap item di kolerasikan dengan skor total item dalam kuesioner yang disesuaikan tinggi rendahnya suatu angket dengan menggunakan metode *Product Moment*, Hasil tersebut di bandingkan dengan *Critical value* pada table nilai r dengan signifikan 5%. Uji validasi ini di gunakan untuk mengukur sah atau tidak terhadap penggunaan kuesioner. Dikatakan valid suatu kuesioner jika pertanyaan dalam kuesioner itu dapat mengungkapkan semua yang akan diukur.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validasi

Variabel	No. Item	R_{xy}	R_{tabel}	Keterangan
X_1	1	0,778	0.195	Valid
	2	0,785	0.195	Valid
X_2	1	0,831	0.195	Valid
	2	0,792	0.195	Valid
X_3	1	0,822	0.195	Valid
	2	0,751	0.195	Valid
X_4	1	0,919	0.195	Valid
	2	0,932	0.195	Valid
Y	1	0,603	0.195	Valid
	2	0,538	0.195	Valid
	3	0,609	0.195	Valid
	4	0,642	0.195	Valid
	5	0,517	0.195	Valid
	6	0,531	0.195	Valid
	7	0,582	0.195	Valid
	8	0,595	0.195	Valid
	9	0,483	0.195	Valid
	10	0,114	0.195	Tidak Valid
	11	0,608	0.195	Valid

Sumber : Data angket diolah data SPSS, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap butir pertanyaan dinyatakan valid dengan melihat $R_{xy} > R_{tabel}$ kecuali butir pertanyaan variabel Y item ke 10 yang tidak lolos dalam pengujian maka butir pertanyaan tersebut gugur sebagai alat pengukur. Hal ini dikarenakan item tidak mampu mendapatkan nilai yang lebih besar dari T_{tabel} yaitu 0,195.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan apakah instrument cukup bisa di jadikan sebagai alat pengumpulan data dengan mempertimbangkan instrument tersebut sudah cukup baik atau tidak dengan alat ukur reabel tersebut memiliki sifat yang konstan. Artinya jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan selalu konsisten atau stabil. Menurut Arikunto instrument yang andal dan fleksibel memiliki koefisien rabilitas 0,6.

Tabel 4.13
Uji Realibilitas

Variabel		<i>Reliability statistics</i>	<i>Alpha Cronbach's</i>	Keterangan
X	X ₁	0,822	0,6	Reliabel
	X ₂	0,840	0,6	Reliabel
	X ₃	0,822	0,6	Reliabel
	X ₄	0,906	0,6	Reliabel
Y		0,728	0,6	Reliabel

Sumber : Data angket diolah data SPSS, 2019

Berdasarkan tabel di atas hasil uji dari spss menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* yaitu *community support* (X_1), *Diversity* (X_2), *Environment* (X_3), *Product* (X_4) dan variabel Citra Perusahaan (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,728 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai koefisien reliabilitas 0,6 atau X_1 0,822 > 0,6 ; X_2 0,840 > 0,6 ; X_3 0,822 > 0,6 ; X_4 0,906 > 0,6 dan 0,728 > 0,6 Maka ketentuan dapat dikatakan memenuhi kaidah Realibel.

5. Uji Asumsi Klasik

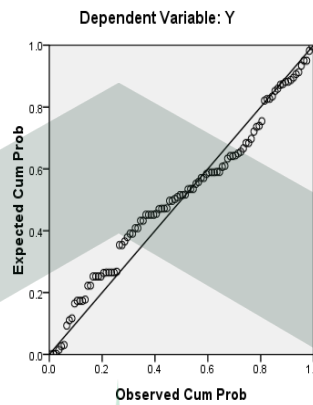
a. Uji Normalitas

Dalam hal ini peneliti menggunakan uji normalitas residual dengan metode grafik untuk melihat penyebaran dalam sumber diagonal pada grafik Normal P-P Plot of *Regression Standardized Residual* sebagai pengambil keputusan. Jika titik-titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut dikatakan normal. Teknik pengujian ini diperlukan untuk melihat cukup efektif kah model regresi ini dengan melihat nilai residual normal

Berdasarkan dari tabel 4.4 melihat penyebaran titik-titik mengikuti garis diagonal maka sesuai dengan kaidah maka nilai residual tersebut dianggap normal.

Gambar 4.4
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data angket diolah data SPSS, 2019

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini diperlukan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel bebas dalam model regresi ini. Beberapa cara untuk melakukan pengujian ini namun, peneliti menggunakan pengujian dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF.

Tabel 4.14

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	24.231	3.322		7.293	.000		
CS(X1)	.590	.294	.182	2.008	.047	.941	1.063
Diversity (X2)	.486	.221	.206	2.203	.030	.883	1.133
Environment (X3)	.522	.236	.217	2.215	.029	.806	1.241
Product (X4)	.481	.240	.204	2.004	.048	.746	1.340

a. Dependent Variable: CSR (Y)

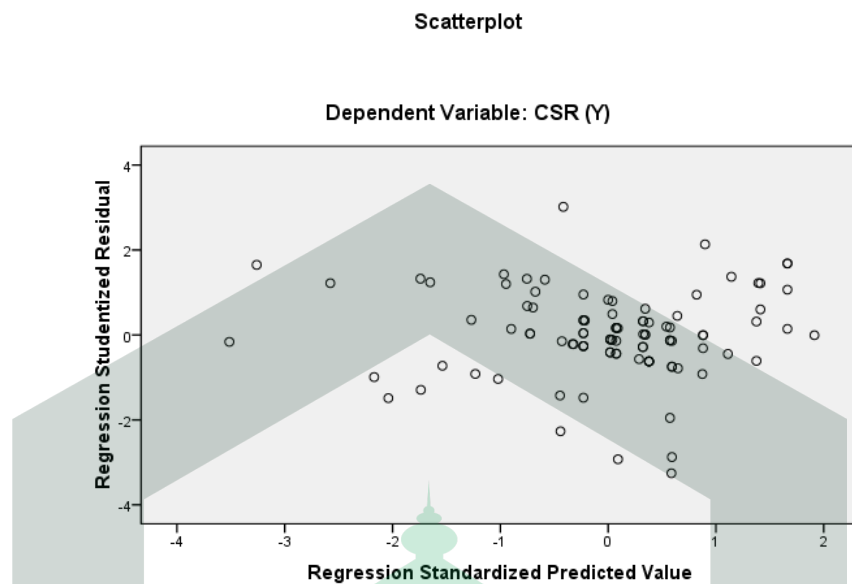
Sumber : Data angket diolah data SPSS, 2019

Dilihat dari tabel *Coefficients* pada bagian *Collinearity Statistic* nilai *tolerance* X_1 (0,941), X_2 (0,883), X_3 (0,806), X_4 (0,746) lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF X_1 (1.063), X_2 (1,133), X_3 (1,241), X_4 (1,340) lebih kecil dari 10 maka berdasarkan standar pengambilan keputusan dalam pengujian multikolinearitas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mengetahui apakah ada gejala heteroskedastisitas antara residual dari observasi dapat kita lihat melalui grafik *Scatterplot*.

Gambar 4.5



Sumber : Data angket diolah data SPSS, 2019

Berdasarkan grafik *Scatterplot* dapat kita ketahui bahwa tidak ada pola tertentu atau titik yang menyebar diatas atau dibawah angka 0 pada sumbu Y. maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada heterokedastisitas pada regresi ini.

6. Uji Hipotesis

a. Uji T

Untuk menunjukkan pengaruh suatu variabel dengan menguji setiap butir variabel secara parsial.

Tabel 4.15
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.231	3.322		7.293	.000
	X ₁	.590	.294	.182	2.008	.047
	X ₂	.486	.221	.206	2.203	.030
	X ₃	.522	.236	.217	2.215	.029
	X ₄	.481	.240	.204	2.004	.048

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data angket diolah data SPSS, 2019

1. Berdasarkan nilai Signifikansi (sig.)

a. jika nilai sig.< probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel Terikat (Y) atau hipotesis diterima.

b. Jika nilai signifikansi (sig.)> probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis ditolak.

2. Berdasarkan perbandingan nilai t hitung dan t tabel

a. Jika nilai t hitung > t tabel maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.

b. Jika nilai t hitung $< t$ tabel maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel (Y) atau hipotesis di tolak.

Berdasarkan output spss diatas maka dapat di intrepretasikan bahwa (X_1) memiliki taraf sig. sebesar 0,047 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 maka hipotesis (H_1) diterima. Artinya bahwa jika *Community support* mengalami peningkatan maka variabel citra perusahaan (Y) mengalami peningkatan atau X_1 Berpengaruh Terhadap Y . Jika dilihat berdasarkan nilai t hitung maka $2.008 < 1.988$ t tabel maka hipotesis (H_1) diterima.

Selanjutnya *Diversity* (X_2) memiliki taraf sig. 0,030 lebih kecil dari probabilitas 0,05 maka hipotesis (H_1) diterima. Artinya jika *Diversity* mengalami peningkatan maka variabel citra perusahaan (Y) juga mengalami peningkatan. Jika dilihat dari t hitung pun yang bernilai 2.203 lebih besar dari 1.988 t tabel maka hipotesis diterima. Yang demikian bahwa ada pengaruh antara X_2 dengan variabel Y .

Untuk *Environment* (X_3) memiliki taraf sig. 0,029 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 maka hipotesis (H_1) diterima. Artinya bahwa *Environment* (X_3) mempengaruhi variabel Citra Perusahaan. Dilihat dari sisi t hitung yang mempunyai nilai sebesar 2.215 lebih besar dari 1.988 t tabel maka hipotesis diterima. Kesimpulannya ada pengaruh antara X_3 terhadap variabel Y .

Terakhir *product* (X_4) memiliki taraf signifikansi 0,048 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 maka hipotesis (H_1) diterima artinya jika *product* (X_4) di tingkatkan maka memberikan peningkatan terhadap variabel terikat (Y). dilihat dari sisi t

hitung pun dimana nilainya sebesar 2.004 lebih besar dari 1.988 t tabel maka hipotesis diterima.

b. Uji F

Untuk uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Tabel 4.16
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	372.854	4	93.214	8.478	.000 ^a
	Residual	1044.536	95	10.995		
	Total	1417.390	99			

a. Predictors: (Constant), X₄, X₁, X₂, X₃

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data angket diolah data SPSS, 2019

Berdasarkan output spss diatas maka dapat di simpulkan bahwa nilai nilai sig. sebesar 0,000. Sesuai dengan pengambilan dasar keputusan dalam uji F yang mana nilai $0,000 < 0,05$ maka ada pengaruh X₁,X₂,X₃,X₄ terhadap Y.

Jika melalui f hitung sebesar 8,478 lebih besar dari f tabel yaitu 2,46 maka hipotesis (H₁) diterima dan (H₀) ditolak sehingga X₁,X₂,X₃,X₄ secara simultan berpengaruh terhadap citra perusahaan (Y).

Untuk memperoleh f tabel menggunakan rumus $F_{\text{tabel}} = (K ; N-K)$. dimana K adalah jumlah variabel bebas dan N adalah jumlah responden maka didapatkan hasil $F_{\text{tabel}} = (4:96)$ jadi melihat daftar F_{tabel} berada di angka 2,46.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). nilai R^2 yang kecil maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen yang memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel-variabel.

Tabel 4.17

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.608	.592	.321

a. Predictors: (Constant), x4, x3, x1, x2

Sumber : Data angket diolah data SPSS, 2019

Berdasarkan hasil output spss *model summary* di ketahui R Square sebesar 0,608 merupakan hasil kuadrat dari R yaitu $0,780 \times 0,780 = 0,608$. Artinya bahwa pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4 berpengaruh sebesar 60% sedangkan sisanya ($100\% - 60\% = 40\%$) dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang tidak di teliti.

B. Pembahasan

Program *Corporate Social Resbonsibility* yang dijalankan oleh BNI Syariah sedikit berbeda dari program *Corporate Social Responsibility* yang ada pada

perusahaan lainnya. Dimana untuk menjaga ketepatan penyaluran dana maka program ini bersandingan dengan sistem zakat yang lebih fokus pada delapan (8) golongan penerima zakat yang dikelola dengan transparansi oleh tim auditor andal. Pengelolaan dana *Corporate Social Responsibility* ini berlandaskan syarat legal sebuah lembaga maka BNI Syariah menunjuk Yayasan Hasanah Titik (YHT) yang dulunya adalah Unit Pengelolaan Zakat kini bekerja sama dengan Dompot Duafa Sebagai Mitra Pengelola Zakat (MPZ) yang akan mengelola dana *Corporate Social Responsibility* dari BNI Syariah. Tentu peneliti setuju terhadap sistem yang dilakukan oleh BNI Syariah yang benar-benar menerapkan sistem ekonomi islam dalam segala aspek. Salah satunya adalah tanggung jawab untuk masyarakat yang telah di atur dalam islam, siapa yang berhak untuk memperoleh uluran tangan.

Untuk itu Program-program pemberdayaan masyarakat ada Dua (2) jenis yakni, kebutuhan pokok yaitu program *One Day One Litre One Family* (ODOLF), biaya sekolah, layanan kesehatan, santunan duafa dan layanan jenazah gratis. Program yang kedua adalah program berjangka panjang yang dampaknya untuk masa depan seperti, pemberdayaan ekonomi pesantren, edukasi pola hidup, Duta Hasanah, taman pustaka dan modal usaha. Adapun total dana zakat yang berhasil disalurkan pada periode 2014 sebanyak Rp7.610.468.951, periode 2015 sebanyak 12.781.418.178, periode 2016 sebanyak 18.621.614.421, periode 2017 sebanyak 11,759,666,263 dan terakhir periode 2018 sebanyak 24.195.226.181.

Berdasarkan Deskripsi responden pada jenis kelamin perempuan mendominasi yaitu sebanyak 61% sedangkan laki-laki sebanyak 39% dari total 100 responden. Untuk setiap alamat responden berbeda-beda baik itu dari Jakarta, Bandung, Kebumen, Batu Sangkar, Palopo, Makassar, dll. Sedangkan responden yang mengetahui tentang tanggung jawab sosial (CSR) mendominasi sebanyak 82.9% yang tau dan 11.4% yang ragu dan sisanya tidak tau tentang CSR. Untuk waktu menjadi Nasabah BNI Syariah bahwa 48.6% menjadi Nasabah selama 2 sampai 4 tahun, 25.7% menjadi Nasabah selama 4-5 tahun, 20% selama 1 sampai 2 tahun dan sisanya lebih lama dari 5 tahun.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan maka dapat dijelaskan pengaruh variabel *Corporate Social Responsibility* yaitu *Community Support*, *Diversity*, *Environment* dan *Product* Terhadap variabel Citra (*Image*) BNI Syariah.

1. *Community Support*; terdapat pengaruh signifikansi yang diperoleh dari SPSS dengan metode analisis regresi berganda yaitu 0,047 lebih kecil dari probabilitas 0,05. Jadi ada pengaruh yang signifikan mengenai X_1 terhadap Y .
2. *Diversity*; dilihat dari taraf sig. 0,030 lebih kecil dari probabilitas 0,05 maka jika *Diversity* mengalami peningkatan maka variabel citra perusahaan juga mengikuti. Jadi ada pengaruh X_2 terhadap Y .

3. *Environment*; taraf sig. 0,029 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 maka terdapat pengaruh antara X_3 dengan Y.
4. *Product*; taraf signifikansi 0,048 sama dengan nilai probabilitas 0,05 maka ada pengaruh X_4 terhadap Y.

Berdasarkan uji F variabel bebas secara bersamaan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat dimana f hitung 8,478 lebih besar dari f tabel yaitu 2,46 maka X_1, X_2, X_3, X_4 secara simultan berpengaruh terhadap Y. berdasarkan R^2 pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4 sebesar 60% dan sisanya 40% berasal dari variabel lain yang tidak diteliti. Jadi *Corporate Social Responsibility* memberikan pengaruh positif terhadap Citra (*Image*) BNI Syariah.

Dampak dari pengalokasian dana untuk program *Corporate Social Responsibility* akan membangun citra (*Image*) perusahaan. Citra (*Image*) perusahaan yang baik akan mendukung pengembalian investasi dan para investor memberikan kepercayaan terhadap perusahaan.³³

³³Nor Hadi, *Corporate Social Responsibility*, (Yogyakarta: Graham ilmu, 2011), hal 159

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Analisis Alokasi Dana *Corporate Social Responsibility* terhadap citra (*Image*) BNI Syariah periode 2014-2018 maka dapat disimpulkan bahwa. Realisasi tanggung jawab sosial perusahaan dari tahun 2014 hingga 2018 mengalami peningkatan terkecuali pada tahun 2017 lebih rendah dari tahun sebelumnya dimana dana yang disalurkan pada tahun 2017 hanya sebesar 11,7 M sedangkan pada tahun sebelumnya 2016 sebesar 18,6 M dan pada tahun 2018 kembali naik sebesar 24,1 M. Berdasarkan data primer yang telah dikelola 82.9% mengetahui tentang tanggung jawab sosial perusahaan khususnya pada BNI Syariah. sedangkan sesuai dengan hasil spss pengaruh *Community Support*, *Diversity*, *Environment* dan *product* terhadap variabel Citra (*Image*) BNI Syariah dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Community Support*; terdapat pengaruh signifikansi sebesar 0,047 yang mana lebih kecil dari probabilitas 0,05. Jika melalui Thitung sebesar 2,008 dimana lebih besar dari 1,988 t tabel Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh X_1 terhadap Y.
2. *Diversity*; dilihat dari taraf sig. 0,030 lebih kecil dari probabilitas 0,05 jika melihat dari Thitung mempunyai nilai 2,203 lebih besar dari 1,988 t tabel maka terdapat pengaruh X_2 terhadap Y.

3. *Environment*; taraf sig. 0,029 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 untuk Thitungnya sebesar 2,215 lebih besar dari 1,988 maka terdapat pengaruh X_3 terhadap Y.
4. *Product*; taraf signifikansi 0,048 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 maka ada pengaruh X_4 terhadap Y. dari Thitung sebesar 2,004 lebih besar dari 1,988 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh X_4 terhadap Y.

B. Saran

Sehubungan dengan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti mengajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Praktisi

Sebagai bagian dari komitmen perusahaan khususnya BNI Syariah dalam memberikan program secara berkelanjutan dengan beberapa perhatian tanggung jawab sosial kepada masyarakat tentu disarankan untuk memberikan yang terbaik dari segi ekonomi, sosial dan lingkungan maka perlu di sarankan untuk BNI Syariah selalu memberikan transparansi setiap kegiatan dan tidak hanya melirik karena faktor perbaikan citra (*image*) saja akan tetapi murni untuk sosial. Serta BNI Syariah diharapkan mampu memisahkan antara modal CSR secara umum dan modal yang berasal dari zakat. Karena kita ketahui bahwa islam adalah rahmat untuk seluru alam maka, perlu memberikan tanggung jawab sosial untuk mereka yang berada diluar dari 8 asnaf golongan.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan mengenai citra (*Image*) perusahaan dan menjadi rujukan apabila peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai *Corporate Social Responsibility*. Berbicara mengenai meneliti secara lanjut, tentu ada banyak hal yang bisa dipertimbangkan dalam mencari informasi mengenai program tanggung jawab sosial ini. Salah satu nya dari sisi praktik adalah melirik alokasi dana pada tahun 2017 yang sempat mengalami penurunan sehingga kita perlu mengetahui penyebab dari kejatuhan ini dan Dari sisi teori apakah setuju mengenai dana tanggungjawab sosial umum dan zakat bisa saling berdampingan karena kita ketahui bahwa sistem CSR dikenal sebagai sistem konvensional yang ditujukan untuk segala pihak di sekitar korporasi sedangkan untuk sistem zakat berasal dari syariat islam yang penyalurannya sudah diatur untuk 8 asnaf golongan saja.

A. Daftar Pustaka

Alquran Al-Karim

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan* Ed.11, Jakarta: Rhineka Cipta, 1991.

Arafat, Muammar, *Aspek hukum perbankan syariah dari teori kepraktik*, Yogyakarta: CV Budi, 2017

Asnawi, said kelana dan candra wijaya, *riset keuangan: pengujian-pengujian Empiris*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2005.

Agus, Hermawan, *Komunikasi Pemasaran*. Universitas Negeri Malang: Penerbit Erlangga, 2012.

Badroen, Faizal, Arief mufraeni, Suhendra dan Ahmad D.Bashori, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Penerbit Prenadamedia Group, 2015

Desy Retma Sawitri, Ahmad Juanda dan A Waluya. *Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility Perbankan Syariah Indonesia Berdasarkan Islamic Social Reporting Index*. *Jurnal Ilmiah akuntansi: Kompartemen* Vol. XV No. 2, September 2017

Edwin Erwanda, “tanggung jawab sosial pada organisasi perbankan syariah”

Fuad, Christine, Nurlela, sugiarto dan Paulus, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2000

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis multivariate dengan program SPSS*, Semarang:Badan penerbit Universitas Diponegoro, 2001.

Kast, Fremont E. dan James E. Rosenzweig, *organization and management*, diterjemahkan oleh Hasyim Ali dengan judul: *organisasi dan manajemen*, Jakarta: Sinar Grafik Offset, 2002

K, Bertens, *Pengantar etika bisnis Pengatar etika bisnis*, Yogyakarta: kanisius, 2000.

Muhamad, *manajemen keuangan syariah*,Yogyakarta: upp stim ykpn, 2016.

Nofrianto, suardi. *Bank Syariah dan pemberdayaan Corporate Social Responsibility: Peran dan fungsi bank syariah perspektif filososi sosio-ekonomi*. *Akademika*. Vol.20,No.02 juli-desember 2015

“Penjelasan berbagai jenis regresi linear berganda”, situs resmi statistikian. <https://www.statistikian.com/2017/06/berbagai-jenis-regresi-berganda.html> (07 November 2018)

Putri,Mega. penerapan tanggung jawab sosial perbankan syariah dalam sudut pandang *Sharia Enterprise Theory* periode Tahun 2014 Studi Bank muamalat dan Bni Syariah.Jurnal Ekonomi akuntansi vol.3.Issue.3 2017

Taniredja, Tukiran dan Hidayat Mustafidah, penelitian kuantitatif, Bandung: Alfabeta, 2011

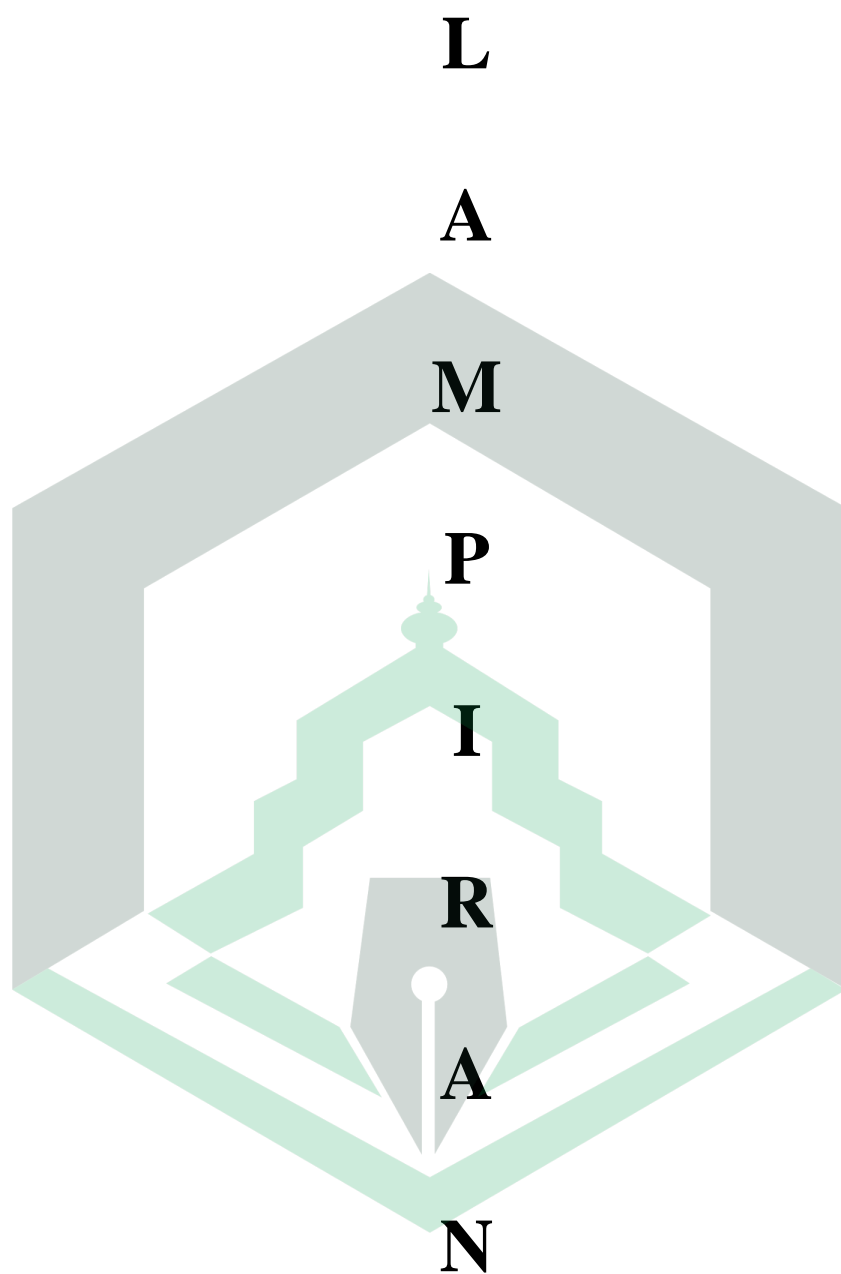
Sugiyono, metode penelitian kombinasi: mixed Methods, bandung:Alfabeta, 2013.

Undang-Undang Republik Indonesia

Widyastuti, Cindy. pengaruh alokasi dana zakat dan *coporate social responsibility* terhadap *return on asset* pada bank umum syariah di Indonesia periode 2012-2016: Institut Agama Islam Negeri Surakarta

[wwwBnisyariah.co.id/id-id/perusahaan](http://www.Bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan)

Winara,Asep,Panduan tanggung jawab sosial perusahaan(*Corporate Social Responsibility-CSR*), Jakarta: Tim Teknis Pembangunan Sanitasi, 2010



Uji Validasi dan Uji Reabilitas

X1

Correlations

		item_1	item_2	VAR00001
item_1	Pearson Correlation	1	.236*	.787**
	Sig. (2-tailed)		.018	.000
	N	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.236*	1	.785**
	Sig. (2-tailed)	.018		.000
	N	100	100	100
VAR00001	Pearson Correlation	.787**	.785**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

Correlations

		item_1	item_2	VAR00001
item_1	Pearson	1	.236*	.787**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)		.018	.000
	N	100	100	100
item_2	Pearson	.236*	1	.785**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	.018		.000
	N	100	100	100
VAR00001	Pearson	.787**	.785**	1
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.822	3

X2

Correlations

		item_1	item_2	VAR0000
		1		1
item_1	Pearson	1	.317**	.831**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)		.001	.000
	N	100	100	100
item_2	Pearson	.317**	1	.792**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	.001		.000
	N	100	100	100

VAR0000	Pearson			
1	Correlation	.831**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.840	3

X3

Correlations

		item_1	item_2	VAR00001
item_1	Pearson Correlation	1	.241*	.822**
	Sig. (2-tailed)		.015	.000
	N	100	100	100

item_2	Pearson Correlation	.241*	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.015		.000
	N	100	100	100
VAR00001	Pearson Correlation	.822**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.822	3

X4

Correlations

			VAR0000
	item_1	item_2	1

item_1	Pearson			
	Correlation	1	.715**	.919**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	100	100	100
item_2	Pearson			
	Correlation	.715**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	100	100	100
VAR00001	Pearson			
	Correlation	.919**	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.906	3

Y

Correlations

		item_1	item_2	item_3	Ite_m_4	Ite_m_5	Ite_m_6	Ite_m_7	Ite_m_8	Ite_m_9	Ite_m_10	Ite_m_11	VA_R0010
item_1	Pearson	1	.147	.438	.289	.288	.264	.366	.373	.044			.603
	Correlation			**	**	**	**	**	**				**
	Sig. (2-tailed)		.143	.000	.004	.004	.008	.000	.000	.663	.576	.606	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_2	Pearson	.147	1	.270	.450	.274	.361	.231	.054	.234	-.460		.538
	Correlation			**	**	**	**	*		*	.022	**	**
	Sig. (2-tailed)	.143	.007	.000	.006	.000	.021	.594	.019		.829	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_3	Pearson	.438	.270*	1	.297	.172	.449	.639	.064	.246	-.200		.609
	Correlation	**	*		**	**	**	**	*	*	.076	*	**

	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.000	.649	.201		.000	.043	.002	.432	.092	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item_7	Pearson												
	Correlation	.366**	.231*	.639**	.142	.494**	1	.161	.338**	-.058	.175	.582**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.021	.000	.160	.885	.000	.109	.001	.565	.082	.000	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Item_8	Pearson												
	Correlation	.373**	.054	.064	.379**	.239*	.203*	.161	.290**	.045	.297**	.595**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.594	.526	.000	.019	.043	.109	.003	.656	.003	.000	
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Item_9	Pearson												
	Correlation	.044	.234*	.246*	.042	.058	.307**	.338**	.290**	-.056	.504**	.483**	

	Sig. (2-tailed)	.663	.019	.014	.677	.568	.002	.001	.003	.582	.000	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item_10	Pearson Correlation	.057	-.022	-.076	-.151	-.069	-.080	-.058	-.045	-.051	-.072	-.114
	Sig. (2-tailed)	.576	.829	.450	.135	.498	.432	.565	.656	.582	.479	.260
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item_11	Pearson Correlation	.052	.460*	.200*	.563**	.372**	.170	.175	.297**	.504**	-.072	.608**
	Sig. (2-tailed)	.606	.000	.046	.000	.000	.092	.082	.003	.000	.479	.000
N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
VAR00010	Pearson Correlation	.603**	.538*	.609**	.642**	.517**	.531**	.582**	.595**	.483**	.608**	.114

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.00	.00	.000	.000	.00	.00	.260	.000	
N	100	100	100	10	10	100	100	10	10	100	100	100
				0	0			0	0			
				10	10			10	10			
				0	0			0	0			

**. Correlation is significant at the
0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the
0.05 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.728	12

Uji Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X1, X2, X3 ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X1, X2, X3 ^a		. Enter

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	372.854	4	93.214	8.478	.000 ^a
	Residual	1044.536	95	10.995		
	Total	1417.390	99			

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 ^a	.608	.592	.321

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.231	3.322		7.293	.000
	X1	.590	.294	.182	2.008	.047
	X2	.486	.221	.206	2.203	.030
	X3	.522	.236	.217	2.215	.029
	X4	.481	.240	.204	2.004	.048

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	34.4903	45.0231	41.3100	1.94067	100

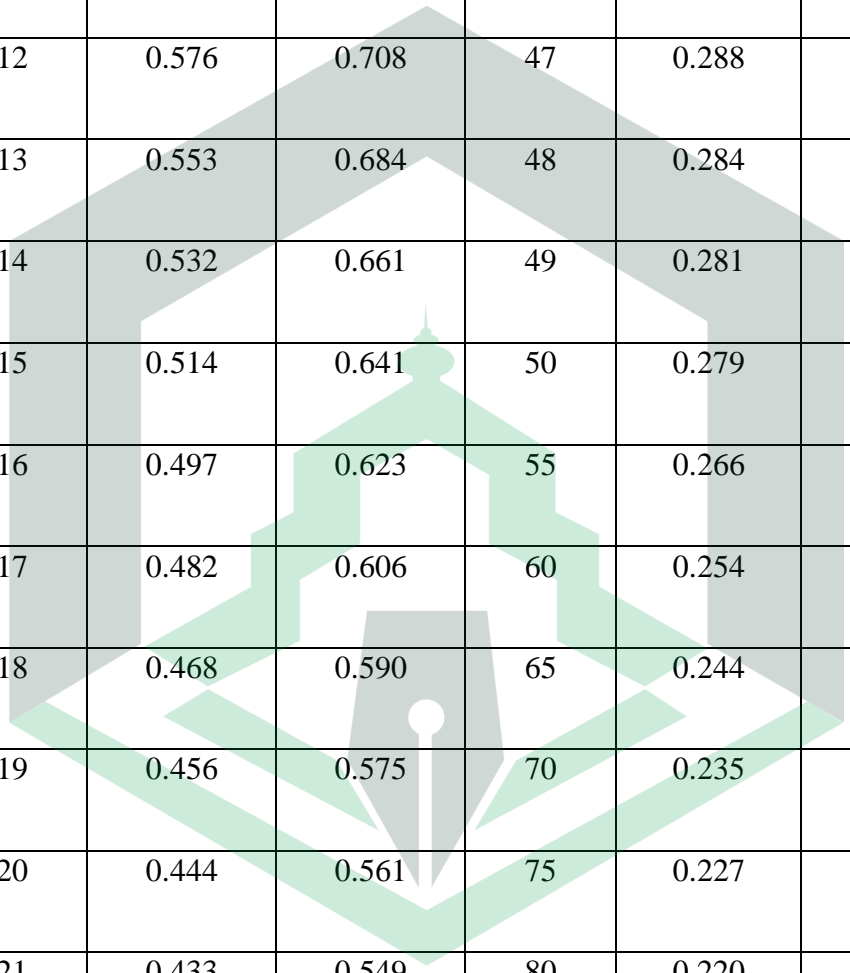
Residual	-				
	1.04487E	9.49704	.00000	3.24821	100
	1				
Std. Predicted Value	-3.514	1.913	.000	1.000	100
Std. Residual	-3.151	2.864	.000	.980	100

a. Dependent Variable: Y

Distribusi Nilai r_{tabel}

Signifikansi 5% dan 1%

N	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389



9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267

24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Distribution Nilai Tabel $F_{0,05}$

Degrees of freedom for Nominator

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120	∞
1	161	200	216	22 5	230	234	237	239	241	242	244	246	248	249	250	251	25 2	253	254
2	18,5	19,0	19,2	19 ,2	19,3	19,3	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,4	19,5	19,5	19,5	19 ,5	19,5	19, 5
3	10,1	9,55	9,28	9, 12	9,01	8,94	8,89	8,85	8,81	8,79	8,74	8,70	8,66	8,64	8,62	8,59	8, 57	8,55	8,5 3
4	7,71	6,94	6,59	6, 39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,91	5,86	5,80	5,77	5,75	5,72	5, 69	5,66	5,6 3
5	6,61	5,79	5,41	5, 19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,77	4,74	4,68	4,62	4,56	4,53	4,50	4,46	4, 43	4,40	4,3 7
6	5,99	5,14	4,76	4, 53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,00	3,94	3,87	3,84	3,81	3,77	3, 74	3,70	3,6 7
7	5,59	4,74	4,35	4, 12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,64	3,57	3,51	3,44	3,41	3,38	3,34	3, 30	3,27	3,2 3
8	5,32	4,46	4,07	3, 84	4,69	3,58	3,50	3,44	3,39	3,35	3,28	3,22	3,15	3,12	3,08	3,04	3, 01	2,97	2,9 3
9	5,12	4,26	3,86	3, 63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,14	3,07	3,01	2,94	2,90	2,86	2,83	2, 79	2,75	2,7 1

10	1	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,98	2,91	2,85	2,77	2,74	2,70	2,66	2,62	2,58	2,54
11	1	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,85	2,79	2,72	2,65	2,61	2,57	2,53	2,49	2,45	2,40
12	1	4,75	3,89	3,49	3,26	3,11	3,00	2,91	2,85	2,80	2,75	2,69	2,62	2,54	2,51	2,47	2,43	2,38	2,34	2,30
13	1	4,67	3,81	3,41	3,13	3,03	2,92	2,83	2,77	2,71	2,67	2,60	2,53	2,46	2,42	2,38	2,34	2,30	2,25	2,21
14	1	4,60	3,74	3,34	3,11	2,96	2,85	2,76	2,70	2,65	2,60	2,53	2,46	2,39	2,35	2,31	2,27	2,22	2,18	2,13
15	1	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,71	2,64	2,59	2,54	2,48	2,40	2,33	2,29	2,25	2,20	2,16	2,11	2,07
16	1	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,42	2,35	2,28	2,24	2,19	2,15	2,11	2,06	2,01
17	1	4,45	3,59	3,20	2,96	2,81	2,70	2,61	2,55	2,49	2,45	2,38	2,31	2,23	2,19	2,15	2,10	2,06	2,01	1,96
18	1	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,34	2,27	2,19	2,15	2,11	2,06	2,02	1,97	1,92
19	1	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,54	2,48	2,42	2,38	2,31	2,23	2,16	2,11	2,07	2,03	1,98	1,93	1,88
20	2	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,51	2,45	2,39	2,35	2,28	2,20	2,12	2,08	2,04	1,99	1,95	1,90	1,84

2 1	4,32	3,47	3,07	2, 84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,25	2,18	2,10	2,05	2,01	1,96	1, 92	1,87	1,8
2 2	4,30	3,44	3,05	2, 82	2,66	2,55	2,46	2,40	2,34	2,30	2,23	2,15	2,07	2,03	1,98	1,94	1, 89	1,84	1,7 8
2 3	4,28	3,42	3,03	2, 80	2,64	2,53	2,44	2,37	2,32	2,27	2,20	2,13	2,05	2,01	1,96	1,91	1, 86	1,81	1,7 6
2 4	4,26	3,40	3,01	2, 78	2,62	2,51	2,42	2,36	2,30	2,25	2,18	2,11	2,03	1,98	1,94	1,89	1, 84	1,79	1,7 3
2 5	4,24	3,39	2,99	2, 76	2,60	2,49	2,40	2,34	2,28	2,24	2,16	2,09	2,01	1,96	1,92	1,87	1, 82	1,77	1,7 1
3 0	4,17	3,32	2,92	2, 69	2,53	2,42	2,33	2,27	2,21	2,16	2,09	2,01	1,93	1,89	1,84	1,79	1, 74	1,68	1,6 2
4 0	4,08	3,23	2,84	2, 61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,08	2,00	1,92	1,84	1,79	1,74	1,69	1, 64	1,58	1,5 1
5 0	4,08	3,18	2,79	2, 56	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07	2,02	1,95	1,87	1,78	1,74	1,69	1,63	1, 56	1,50	1,4 1
6 0	4,00	3,15	2,76	2, 53	2,37	2,25	2,17	2,10	2,04	1,99	1,92	1,84	1,75	1,70	1,65	1,59	1, 53	1,47	1,3 9
1 0 0	3,94	3,09	2,70	2, 46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92	1,85	1,80	1,68	1,63	1,57	1,51	1, 46	1,40	1,2 8

1	3,92	3,07	2,68	2,	2,29	2,18	2,09	2,02	1,96	1,91	1,83	1,75	1,66	1,61	1,55	1,50	1,	1,35	1,2
2				45													43		2
0																			
∞	3,84	3,00	2,60	2,	2,21	2,10	2,01	1,94	1,88	1,83	1,75	1,67	1,57	1,52	1,46	1,39	1,	1,22	1,0
				37													32		0

Distribusi Nilai t_{tabel}

d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$	d.f	$t_{0.10}$	$t_{0.05}$	$t_{0.025}$	$t_{0.01}$	$t_{0.005}$
1	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66	61	1.296	1.671	2.000	2.390	2.659
2	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	62	1.296	1.671	1.999	2.389	2.659
3	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	63	1.296	1.670	1.999	2.389	2.658
4	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	64	1.296	1.670	1.999	2.388	2.657
5	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	65	1.296	1.670	1.998	2.388	2.657
6	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	66	1.295	1.670	1.998	2.387	2.656
7	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	67	1.295	1.670	1.998	2.387	2.655
8	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	68	1.295	1.670	1.997	2.386	2.655
9	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	69	1.295	1.669	1.997	2.386	2.654
10	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	70	1.295	1.669	1.997	2.385	2.653
11	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	71	1.295	1.669	1.996	2.385	2.653
12	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	72	1.295	1.669	1.996	2.384	2.652
13	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	73	1.295	1.669	1.996	2.384	2.651
14	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	74	1.295	1.668	1.995	2.383	2.651

15	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	75	1.295	1.668	1.995	2.383	2.650
16	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	76	1.294	1.668	1.995	2.382	2.649
17	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	77	1.294	1.668	1.994	2.382	2.649
18	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	78	1.294	1.668	1.994	2.381	2.648
19	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	79	1.294	1.668	1.994	2.381	2.647
20	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	80	1.294	1.667	1.993	2.380	2.647
21	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	81	1.294	1.667	1.993	2.380	2.646
22	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	82	1.294	1.667	1.993	2.379	2.645
23	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	83	1.294	1.667	1.992	2.379	2.645
24	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	84	1.294	1.667	1.992	2.378	2.644
25	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	85	1.294	1.666	1.992	2.378	2.643
26	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	86	1.293	1.666	1.991	2.377	2.643
27	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	87	1.293	1.666	1.991	2.377	2.642
28	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	88	1.293	1.666	1.991	2.376	2.641
29	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	89	1.293	1.666	1.990	2.376	2.641
30	1.310	1.697	2.042	2.457	2.750	90	1.293	1.666	1.990	2.375	2.640
31	1.309	1.696	2.040	2.453	2.744	91	1.293	1.665	1.990	2.374	2.639
32	1.309	1.694	2.037	2.449	2.738	92	1.293	1.665	1.989	2.374	2.639
33	1.308	1.692	2.035	2.445	2.733	93	1.293	1.665	1.989	2.373	2.638
34	1.307	1.691	2.032	2.441	2.728	94	1.293	1.665	1.989	2.373	2.637

35	1.306	1.690	2.030	2.438	2.724	95	1.293	1.665	1.988	2.372	2.637
36	1.306	1.688	2.028	2.434	2.719	96	1.292	1.664	1.988	2.372	2.636
37	1.305	1.687	2.026	2.431	2.715	97	1.292	1.664	1.988	2.371	2.635
38	1.304	1.686	2.024	2.429	2.712	98	1.292	1.664	1.987	2.371	2.635
39	1.304	1.685	2.023	2.426	2.708	99	1.292	1.664	1.987	2.370	2.634
40	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	100	1.292	1.664	1.987	2.370	2.633
41	1.303	1.683	2.020	2.421	2.701	101	1.292	1.663	1.986	2.369	2.633
42	1.302	1.682	2.018	2.418	2.698	102	1.292	1.663	1.986	2.369	2.632
43	1.302	1.681	2.017	2.416	2.695	103	1.292	1.663	1.986	2.368	2.631
44	1.301	1.680	2.015	2.414	2.692	104	1.292	1.663	1.985	2.368	2.631
45	1.301	1.679	2.014	2.412	2.690	105	1.292	1.663	1.985	2.367	2.630
46	1.300	1.679	2.013	2.410	2.687	106	1.291	1.663	1.985	2.367	2.629
47	1.300	1.678	2.012	2.408	2.685	107	1.291	1.662	1.984	2.366	2.629
48	1.299	1.677	2.011	2.407	2.682	108	1.291	1.662	1.984	2.366	2.628
49	1.299	1.677	2.010	2.405	2.680	109	1.291	1.662	1.984	2.365	2.627
50	1.299	1.676	2.009	2.403	2.678	110	1.291	1.662	1.983	2.365	2.627
51	1.298	1.675	2.008	2.402	2.676	111	1.291	1.662	1.983	2.364	2.626
52	1.298	1.675	2.007	2.400	2.674	112	1.291	1.661	1.983	2.364	2.625
53	1.298	1.674	2.006	2.399	2.672	113	1.291	1.661	1.982	2.363	2.625
54	1.297	1.674	2.005	2.397	2.670	114	1.291	1.661	1.982	2.363	2.624

55	1.297	1.673	2.004	2.396	2.668	115	1.291	1.661	1.982	2.362	2.623
56	1.297	1.673	2.003	2.395	2.667	116	1.290	1.661	1.981	2.362	2.623
57	1.297	1.672	2.002	2.394	2.665	117	1.290	1.661	1.981	2.361	2.622
58	1.296	1.672	2.002	2.392	2.663	118	1.290	1.660	1.981	2.361	2.621
59	1.296	1.671	2.001	2.391	2.662	119	1.290	1.660	1.980	2.360	2.621
60	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	120	1.290	1.660	1.980	2.360	2.620

Dari "Table of Percentage Points of the t-Distribution." Biometrika, Vol. 32. (1941), p.300. Reproduced by permission of the Biometrika Trustess.



